

الأب الإلكتروني

آليات الغرس الثقافي و أخلاقيات الطفل العربي

د. أشرف قادوس



الأب الإلكتروني

آليات الغرس الثقافي و أخلاقيات الطفل العربي

دكتور

أشرف قادوس

الناشر

المكتب العربي للمعارف

اسم الكتاب : الأب الالكتروني (آليات الغرس الثقافي و أخلاقيات الطفل العربي)

اسم المؤلف : دكتور / أشرف قادوس

رسوم الغلاف: شريف الغالي

جميع حقوق الطبع والنشر
محفوظة للناشر

الناشر

المكتب العربي للمعارف

٢٦ شارع حسين خضر من شارع عبد العزيز فهمي

ميدان هليوبوليس - مصر الجديدة - القاهرة

تليفون/ فاكس: ٠١٢٨٣٣٢٢٢٧٣-٢٦٤٢٣١١٠

بريد إلكتروني : Malghaly@yahoo.com

الطبعة الأولى ٢٠١٥

رقم الإيداع : ٢٠١٤/١٩٦٣٣

الترقيم الدولي : I.S.B.N. 978- 977-276-790-8

جميع حقوق الطبع والتوزيع مملوكة
لِلناشر ويحظر النقل أو الترجمة أو
الاقتباس من هذا الكتاب في أي شكل كان
جزئيا كان أو كليا بدون إذن خطي من
الناشر، وهذه الحقوق محفوظة بالنسبة إلى
كل الدول العربية . وقد اتخذت كافة
إجراءات التسجيل والحماية في العالم
العربي بموجب الاتفاقيات الدولية لحماية
الحقوق الفنية والأدبية .

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِّنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ
وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ)

[سورة النحل، الآية: ٧٨]

إهداء

إلى أمي و أبي

و لكل من علمني حرفاً

المقدمة

يعرف الإعلام بأنه مرآة المجتمع، لذا قد تلاحظ عزيزى القارئ من خلال متابعتك لوسائل الإعلام فى السنوات الأخيرة اتساع مساحة الحديث المجتمعي حول غياب الضمير الشخصي الذي يحكم أداء الفرد في عمله، سواء أكان يعمل بمجال الصحافة أو بوسيلة إعلامية أخرى، الأمر الذي استدعي الدعوة لتوقيع ميثاق شرف إعلامي للقنوات الفضائية العربية.

وقد تلمس بنفسك غياب الضمير فى بعض المؤسسات التعليمية أو تسمع اعتراف المجتمع بفشله في القضاء على ظاهرة الدروس الخصوصية، وحل بعض المشكلات الاجتماعية المستجدة على وعى وثقافة المجتمع العربي كزيادة عدد حالات الطلاق المبكر الذي يقع خلال السنوات الأولى من الحياة الزوجية، وقضايا الرشوة والتزوير والاستيلاء على المال العام وأراضي الدولة، واحتكار كبار رجال الأعمال لبعض السلع، وبيع الخدمات المجانية، وزادت عدد جرائم القتل العنيفة حتي بين أفراد الأسرة الواحدة، وانتشرت سلوكيات كالتحرش الجنسي في الشوارع والأماكن العامة، وتضاعف حجم اللامبالاة الاجتماعية التي تتمثل في عدم الشعور بالآخرين، واللامبالاة السياسية التي تظهر من خلال ضعف نسب المشاركة السياسية... وغيرها.

وهذا ما أنعكس على مضمون البرامج الحوارية والإخبارية الشبة يومية التي تبثها القنوات التليفزيونية الفضائية فنشاهد ماراثون شكاوى المواطنين الملحة على هذه البرامج، وبصفة خاصة الشكاوى المرتبطة بأحد أجهزة الدولة أو تشكو من ترهل أداء بعض العاملين بالمؤسسات الحكومية، وغيرها من المشكلات التي يطلق عليها حزمة مشكلات الفساد التي يصاب بها أي مجتمع، وارتبط الفساد بالمجال الذي يظهر فيه؛ فظهرت مصطلحات مثل الفساد

الإداري، التعليمي، الطبي، الإعلامي... وغيرها. ولما كان أداء هذه المؤسسات يرتبط بأداء الأفراد العاملين بها، سنجد أن مصدر الفساد هو فساد أخلاق بعض الأفراد التي يصدر عنهم سلوكيات غير مرغوب فيها، ومنبوذة اجتماعيًا، رغم تجريمها بنص القانون الذي يحكم العلاقات بين أفراد أي مجتمع، وهذا ما يثبت أن مجتمعاتنا تتعرض لأزمات أخلاقية.

لذا بات الاهتمام بالقيم الأخلاقية أمر ضروري تزداد الحاجة إليه باستمرار، خاصة في ظل عالم لم يعد يعرف الحدود أو المسافات، عالم تربط بينه شبكات اتصال عالمية فضائية ومعلوماتية كشبكة الإنترنت، عالم يملك فيه الطفل حق الاختيار لما يقرأه، أو يسمعه، أو يراه من أي مكان، وفي أي وقت، هذا هو العالم الذي يجب أن نعد أطفالنا لكيفية التعامل معه بوعي وإدراك، متمسكين بقيمهم الأخلاقية، محافظين بها على هويتهم من الاغتراب الثقافي. فلن نستطيع مواجهة بعض المشكلات التي يتعرض لها المجتمع إلا إذا أدركت مؤسساتنا التربوية، ومنها الأسرة والمدرسة، ضرورة وأهمية التربية الأخلاقية إلى جانب اهتمامها بالمعرفة والمعلومات، إلا أننا قد نجد بعض الأسر بما فيها من خبرات يكتسبها الطفل قد لا تؤدي إلى إكسابه بعض القيم الأخلاقية المرغوب فيها - نظرًا لضعف التربية الوالديه بعد اهتمام وانشغال الآباء والأمهات بجمع وتحصيل المادة لمقابلة احتياجات الحياة وغلاء المعيشة. ومن جانب آخر انصب اهتمام المدرسة على التحصيل الدراسي لدى الأطفال وقلص الهدف منه لأن ينجح الطفل معلوماتيًا في نهاية العام، وقل اهتمامها بالتربية وغرس القيم الأخلاقية، وقد لا تتوافر القدوة الحسنة التي يأخذها الطفل من معلمه الذي اهتزت صورته لدى الأطفال في الآونة الأخيرة.

لذا لابد أن تبدأ عملية غرس القيم الأخلاقية في نفوس أبنائنا منذ سنوات الطفولة المبكرة و تتضمن ما يطلق عليه مرحلة ما قبل المدرسة؛ حيث أنها

تعد الفترة الحيوية لتكون الضمير الخلقي، والوازع الديني للإنسان الفرد من خلال علاقته مع المحيطين به في البيئة و تحديد الحلال والحرام، الصواب والخطأ، المرغوب والممنوع، المقبول والمرفوض.

ونستخدم لتحقيق ذلك كافة السبل والوسائل الإعلامية، بالتركيز على التلفزيون لأنه يحظى بمزية ينفرد بها لدى جمهوره وبخاصة الأطفال، هي أنه يجمع بين الصوت والصورة والحركة في أن واحد، فضلا عن ملائمة كوسيلة إعلامية لخصائص طفل ما قبل المدرسة وإمكانياته العقلية مقارنةً بباقي وسائل الإعلام والاتصال بل ويسبق تلك الوسائل في الوصول لعقل الطفل ووجدانه، إضافة لتوافره في كل منزل تقريباً، ولسهولة تعامل الطفل معه؛ حيث لا يتطلب تشغيله إلا لمس الطفل بأحد أصابعه زر التشغيل، مما يجعل التلفزيون وسيلة الطفل الأولى للالتقاء بالعالم الخارجي.

كما أن ضعف مجال خبرات الأطفال وحب الاستطلاع القوي الذي يميز طفل ما قبل المدرسة يعطى التلفزيون فرصة إمداد الطفل بأكبر قسط ممكن من المعرفة، وغرس أو تدعيم القيم الأخلاقية التي ستصبح الأساس الرئيسي في تكوين شخصية الطفل مستقبلاً.

أيضاً يسمى عمر الطفل من ٤ إلى ٦ سنوات، بعمر التقليد Imitation age، لأن أطفال هذه المرحلة يميلون لتقليد غيرهم. فالطفل يستطيع أن يردد تعبيراً لغوياً أو تقليد مشهد حركياً وقد يظل هذا التعبير أو ذاك المشهد عالقاً في ذهنه حتى بعد أن يتوقف العرض ويتزايد الأمر رسوخاً وتأثيراً على الطفل في حالة تكرار هذا المشهد. وفقاً لما ذهبت إليه بعض النظريات الإعلامية كنظرية التعلم الاجتماعي ونظرية النموذج. من هنا تكمن خطورة برامج الأطفال التلفزيونية، وبخاصة عندما يتعرض لها الطفل منفرداً في السنوات الأولى من عمره.

وقد أجد من بين القراء أصحاب الرأي القائل بأن التليفزيون هو من ساهم فى إفساد أخلاق أطفالنا، ولم يترك لنا فرصة لتربيتهم على ما تربينا عليه. وقارئ آخر يتفق معي على أن التليفزيون فقط يشاركنا فى تربية أطفالنا. من هنا ظهرت تساؤلات عدة يجيب عليها محتوى هذا الكتاب: فالفصل الأول تجد فيه الإجابة على سؤال: ما علاقة الأطفال ببرامجهم التليفزيونية؟ فى حين يجيب الفصل الثانى علي سؤال: ما القيم الأخلاقية التى يجب أن تغرس لدى أطفال ما قبل المدرسة؟ أما الفصل الثالث والأخير فخصص للإجابة علي سؤال: ماذا تقدم برامج الأطفال من قيم أخلاقية ونماذج سلوك غير مرغوب فيه؟

فمن يقول أن أطفالى لا يتأثرون بشكل مباشر أو غير مباشر بما يعرض لهم على شاشات التليفزيون؟ بل وقد يمتص أحدهم ما يقدم له ويحاول تقليده ويظهر فى سلوكه، ثم اسأل نفسي من أين أتى بهذا السلوك؟ لهذا جاء عنوان هذا الكتاب الأب الالكترونى.

وأتمنى لك عزيزي القارئ ... قراءة ممتعة وقضاء وقت مفيد

وأرحب برأيك عبر البريد الالكترونى: ashrafkados@yahoo.com

د. أشرف قادوس

أستاذ مساعد الإعلام ورئيس قسم العلاقات العامة

بكلية الفنون والإعلام - جامعة مصراته - دولة ليبيا

الفصل الأول

" برامج الأطفال التلفزيونية "

أولاً : أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال بالطفل.

ثانياً: تأثير التلفزيون على الطفل:

(١) الآثار الإيجابية.

(٢) الآثار السلبية.

ثالثاً: استجابة الطفل وفهمه لبرامج الأطفال التلفزيونية.

رابعاً: برامج الأطفال بالتلفزيون المصري:

(١) الوقت المخصص لبرامج الأطفال.

(٢) مضمون برامج الأطفال.

(٣) معدل المشاهدة لدى الأطفال.

خامساً: أهداف برامج الأطفال التلفزيونية، الموجهة لطفل ما قبل المدرسة.

سادساً: الأسس، والمبادئ العامة، والضوابط السيكولوجية اللازم مراعاتها، عند إعداد برامج الأطفال وتقديمها.

سابعاً: دور برامج الأطفال في استكمال دور الأسرة والمدرسة.

ثامناً: أهمية دور برامج الأطفال في بث قيم أخلاقية لطفل ما قبل المدرسة.

تاسعاً: أسس اختيار برامج التلفزيون الموجهة للطفل.

عاشراً: طرق استخدام التلفزيون في دور الحضانة ورياض الأطفال.

حادي عشر: ملامح واقع طفل ما قبل المدرسة.

أولاً: أهمية التليفزيون كوسيلة اتصال بالطفل :

الطفل كائن حي، يسعى للتعلم؛ ليكون إنساناً، وهو مخلوق بشري صغير، يتدرب اجتماعياً، على يد من هم أكبر منه سناً، حتى يأخذ مكانه اللائق في المجتمع، فالطفل في بداية حياته يكون كالصفحة البيضاء، ويتلقى الخبرات المختلفة من البيئة المحيطة به وتكون له القدرة على التعلم طوال سنوات عديدة (*i).

ويمثل التليفزيون قوة جذب قوية بالنسبة للأطفال؛ و يرجع ذلك إلى عدة خصائص هامة، يتمتع بها التليفزيون، عن غيره من الوسائل الإعلامية الأخرى منهاⁱⁱ. سهولة الوصول إلى التليفزيون، دون الحاجة إلى بذل مجهود كبير.

١. سهولة النسبية لفهم البرامج التي يقدمها.
٢. مقدرة التليفزيون على أن يملأ وقت فراغ الطفل.
٣. التليفزيون يمكن الطفل ويتيح له أن يكشف أسرار الكثير من العلاقات والوقائع غير الواضحة، وأن يتعرف على عالم الكبار.
٤. التليفزيون يشبع ويلبي حاجات الطفل، المتعلقة بالأحلام، والتصورات، والخيال، ويتيح له فرصة تقليد العديد من الأبطال والأشخاص الحقيقيين.
٥. الجمع بين الصوت والصورة، فالتليفزيون يعتمد على حاستين من أهم الحواس؛ هما السمع والبصرⁱⁱⁱ.
٦. يجذب التليفزيون انتباه الأطفال من سن سنتين تقريباً، ويقضون فترة طويلة في مشاهدته^{iv}.
٧. القدرة على الإقناع، لأن الرؤية أساس الإقناع Seeing is believing والرؤية أو البصر أهم وأكثر الحواس استخداماً في

(*i) يشير الرقم المتضمن بالنص إلى رقم المرجع بقائمة مراجع الفصل الأول المرتبة حسب أولوية ظهورها.

اكتساب المعلومات؛ إذ أن الإنسان يحصل على معلوماته بنسبة (٧٥%) عن طريق البصر، و بنسبة (١٣%) عن طريق السمع، كما أن العين تجذبها الحركة، أكثر من غيرها^v.

٨. الحرية التي يجدها الطفل المشاهد في اختيار البرامج، حتى يرى ما يشبع ميوله، في الوقت الذي يراه مناسباً، مما يساعد على ذلك تعدد القنوات المحلي بالتلفزيون^{vi}.

٩. لا يحتاج تشغيله إلى جهد عقلي يذكر، أيضاً لا يحتاج إلى مهارة عند التشغيل^{vii}.

لذا يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال بالطفل؛ فعن طريقه يمكن نقل الصوت، والصورة، والحركة، واللون إلى الأطفال المشاهدين وللتلفزيون أبلغ الأثر في نفوس الأطفال؛ لما له من خاصية لا تتوافر لغيره من وسائل الإعلام، إلا وهي مخاطبة العين والأذن، بالصورة والصوت والحركة، ويضيف التلفزيون إلى سحر الصوت إغراء الصورة المتحركة، للطفل المشاهد، الذي أصبح العالم الخارجي يأتي إليه، وهو جالس على مقعده، مع أفراد أسرته، أو مع من يحيط به^{viii}.

علاقة الطفل بالتلفزيون :

يمكن استنباط شكل وأبعاد علاقة الطفل بالتلفزيون من خلال الدراسات العلمية التي أجريت في هذا المجال ومنها دراسة "توماس" Thomas، (1981)^{ix} بعنوان مدى إدراك الآباء لتأثير التلفزيون على أطفال المدرسة الابتدائية وإدراكهم لجوانب مشاهدة أطفالهم للتلفزيون ومنها:

١. كمية الوقت الذي يقضيه الأطفال في مشاهدة التلفزيون.
٢. كمية ونوعية العنف المعروض وتأثيره على الأطفال.
٣. قدرة الأطفال على فهم المضامين الأخلاقية لما يرونه على شاشة

التلفزيون.

٤. تأثير مشاهدة التلفزيون على الأطفال.

٥. أهمية مراقبة الوالدين وتفاعلهم مع ما يراه أطفالهم.

ولإجراء الدراسة تم تصميم صحيفة استبيان بمساعدة مجموعة من الخبراء في مجال التلفزيون ومن لهم علاقة بالأطفال - مثل مجموعات من الآباء، مديري التلفزيون التعليمي، ممثلين لمحطات التلفزيون القومية التعليمية مثل ABC، NBC، CBS، أطباء نفسيين للأطفال، وأشرفت عينة عشوائية من الآباء على تطبيق هذا الاستبيان، وتكونت العينة الضابطة من ثلاثة آباء لأطفال المدرسة الابتدائية من ثلاث مجتمعات في "ماساشونيتس"، وحاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:

١. هل الأمهات أم الآباء أكثر إدراكًا لتأثير مشاهدة التلفزيون على الأطفال؟

٢. هل كمية ما يشاهده الآباء من برامج التلفزيون لها علاقة بدرجة وعي الآباء بتأثير التلفزيون على الأطفال؟

٣. هل هناك اختلاف ملحوظ في درجة وعي الأمهات لتأثير مشاهدة التلفزيون على الأطفال بالنظر للوقت الذي تقضيه الأمهات في العمل بعيدًا عن المنزل؟

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أن الآباء على وعي بتأثير التلفزيون على الأطفال، حيث توصل الباحث إلى أن ٨٤% من الآباء وافقوا على أن كمية الوقت الذي يقضيه الأطفال في مشاهدة التلفزيون له علاقة بالتأثير عليهم، وأن ٨٣,٤% وافقوا على نوعية وكمية العنف المشاهد من قبل الأطفال، وأن ٩٠,٣% وافقوا على أن الآباء بحاجة إلى أن يشرفوا على عادات مشاهدة أطفالهم للتلفزيون ولا بد أن يتفاعلوا معهم حول البرامج التي يشاهدونها

معاً، كما كشفت الدراسة على أن الأمهات أكثر وعياً من الآباء بتأثير التلفزيون على الأطفال ووجدت علاقة عكسية بين كمية الوقت الذي يقضيه الآباء في مشاهدة التلفزيون وإدراكهم ووعيهم بتأثيره على أطفال المرحلة الابتدائية من التعليم فكلما زاد وقت مشاهدة الآباء قلت استجاباتهم في الاستبيان، كما وجد اختلافاً بسيطاً في درجة الوعي بين الأمهات اللاتي يعملن جزء من الوقت والأمهات غير العاملات، فالأمهات العاملات وقتاً كاملاً أقل إدراكاً لتأثير التلفزيون على الأطفال.

بينما دارت دراسة "رونر" ROUNER، (١٩٨٣)^x حول بعض المحددات البيئية والشخصية لسلوك المشاهدة التلفزيونية، وبالأخص حول بعدين لكمية الجهد الاختياري عند استخدام التلفزيون وهما الجهد في اختيار الأداة، والجهد في انتقاء المحتوى المحدد للمشاهدة.

حيث من المعتقد أن الجهد الاختياري يؤثر على العديد من عمليات النشاط أثناء المشاهدة ومنها:

١. التدعيم أو النشاط المبذول لتدعيم معتقدات الفرد عن العالم.
٢. الإسهام والمشاركة وشعور الفرد بأنه جزء من العرض.
٣. علاقة ما يشاهده الفرد لجوانب مقارنة أو متذكّرة من عروض سابقة.
٤. التفكير ومقارنة وتقييم الشخصية، بالأفراد الذين يظهرون في التلفزيون مثل أخلاقهم وقيمهم.

وتشير هذه الدراسة إلى أن التنبؤ والتفسير لنشاط المشاهدة التلفزيونية إذا كان ناتجاً عن مجهود اختياري يكون أفضل من مجرد التعرض التقليدي، وإن عدد مرات مشاهدة التلفزيون ومتوسط كمية المشاهدة التلفزيونية تعتمد على وجهة نظر الفرد للموقف، كما تعتمد على النظريات الخاصة بالإثارة المنقولة، وعينة الدراسة تم اختيارها من دفتر تليفونات مدينة ويسكونس وبلغ عدد

مفرداتها (١٧٤) فرد بالغ، وتم مقابلتهم في منازلهم لتطبيق صحيفة استبيان عليهم حول خبراتهم الأخيرة في المشاهدة، وتوصلت الدراسة إلى أن المشاركة معتمدة على مجهود اختياري مرتفع من جانب الفرد في اختيار محتوى المشاهدة التلفزيونية، ومجهود أكبر في اختيار الأداة، ونشاط المشاهدة كان نتيجة لعامل المجهود الاختياري وتدعيم معتقدات الفرد يعتمد على متوسط كمية مشاهدة التلفزيون.

في حين دارت دراسة " إرنست " Ernest، (1986)^{xi} حول أهمية التلفزيون في حياة طفل الروضة التعليمية من منطلق أن التلفزيون التعليمي جزء من البرنامج الدراسي في مدراس رياض الأطفال، ويذكر الباحث أن البرنامج الدراسي في هذه المرحلة هدفه أن يقدم الخبرات لهؤلاء الأطفال من خلال الإدراك الذي ينمى بداخلهم الفهم الصحيح والمرهف للحياة ويفسر ما يدور حولهم أي يفسر العالم لهم، وتؤكد الدراسة على أن التلفزيون يسهل تعليم صغار الأطفال، والإحصائيات تشير إلى أن معظم المدرسين يعتبرون التلفزيون التعليمي ذا أهمية كبيرة في حياة صغار الأطفال، كما أنهم يعتبرون القصص والأغاني والقصائد التي تقدم في تلفزيون الأطفال دوافع لتشجيع الأطفال على القراءة وتساعد في نمو مهاراتهم اللغوية.

وتوصيات^١ هذه الدراسة تؤكد على تحليل محتوى برامج التلفزيون جيداً الذي عامة تتعدى قدرات الطفل في هذه المرحلة العمرية، وعلى أن الشكل الأمثل لتلك البرامج هو استخدام تسجيلات الفيديو لكي تتناسب احتياجات الأطفال ولا بد على المدرسين لابد أن يكونوا الوسيط بين الأطفال والتلفزيون التعليمي ليكونوا الخبرة المفيدة لديهم.

وفي مصر أجرت "هناء السيد محمد"، (١٩٩٣)^{xii} دراسة تسعى للتعرف على طبيعة علاقة طفل الريف بجهاز التلفزيون، ودور التلفزيون في التنشئة

الثقافية لطفل الرياض بالقرية المصرية كأداة تربوية في مجال تنشئة الطفل، والوقوف على اتجاهات هذه التنشئة، ومدى توافقها مع الخطط والبرامج التي تعد لها الدولة للنهوض بواقع الطفل المصري، أيضاً تحاول الكشف عن طبيعة السلوك الاتصالي لطفل مرحلة الرياض بالتلفزيون، وتحديد تأثير الطفل بما يقدم عبر شاشات التلفزيون.

واستخدمت فيها منهج المسح بالعينة والمنهج المقارن و طبقت الدراسة الميدانية بقرية تطاي بمحافظة الغربية وبلغ عدد مفردات العينة (٣٠٠) مفردة، انقسمت إلى (١٥٠) طفل وطفلة من ٦:٤ سنوات طبقت عليهم دليل المقابلة و (١٥٠) سيدة من الأمهات طبق عليهن استمارة الاستبيان، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدم تدخل الأسرة الريفية (الأم) في تحديد درجة استفادة الطفل من التلفزيون كما أن طفل الرياض بالريف يكتسب من التلفزيون مجموعة من السلوكيات والألفاظ والمعارف والقيم التي تميل إلى الطابع الحضري وتبتعد عن الثقافة الريفية الأصلية.

أيضاً هناك ورقة بحث " لروثماري" Rosmary، (١٩٩٥) ^{xiii} تصف مقترح المدرسة برنامج ويلز التعليمي ضمن مشروع التلفزيون المركزي في ولاية ويلز الأمريكية، والذي صمم لكي ينقل بدقة المحتوى التعليمي للطفل بمدراس رياض الأطفال مباشرة عن طريق فريق عمل من مبرمجين التلفزيون التعليمي، وتشير إلى أن البرنامج يتكون من مجموعة شرائط فيديو تهدف إلى تقديم يوم فعلى لأطفال ما قبل المدرسة وحياتهم الدراسية داخل الفصول كما تشمل أنماط مشاركة الوالدين للمدرسين وزيارات الخبراء للمدرسة، أن هذه البرامج اليومية تقدم مختارات من الأنشطة التعليمية العملية للأطفال من عمر ٢ إلى ٥ سنوات، كما إنها مناسبة لكي يستخدمها الوالدين بمفردهم، وتدعو هذه الورقة إلى تبني هذا المشروع لتوصيله إلى أطفال العالم من خلال شبكة

الإنترنت العالمية.

وبعنوان تتابع استقبال الأجيال للتلفزيون وتأثر ثقافة المراهق و دارت دراسة" باسكير" Pasquier،(١٩٨٦)^{xiv} حول أثر استخدام برامج التلفزيون في شخصية الأطفال والمراهقين، وأيضاً مدى استخدام تلك البرامج للتعرف على هوية الأطفال والمراهقين وأشارت نتائج الدراسة إلى:

١. أن التلفزيون يحظى بشعبية كبيرة لدى صغار الأطفال المشاهدين بفرنسا.

٢. أفكار الأطفال تختلف باختلاف الجنس في ذلك العمر.

٣. تعمل برامج التلفزيون على زيادة التفاعل والمناقشات بين الأطفال وكذلك زيادة العلاقات العاطفية.

ثانياً: تأثير التلفزيون على الطفل:

أ - الآثار الإيجابية لمشاهدة الأطفال لبرامج التلفزيون:

١. أن التلفزيون يستطيع نقل الخبرات المختلفة، والمعرفة، والمعلومات في مجالات الحياة المختلفة، في سن مبكرة، وقبل غيره من الوسائل، فليس من الضروري أن يتعلم الأطفال القراءة قبل أن يكتسبوا المعرفة من التلفزيون، وحتى بعد أن يتعلموا القراءة يجدون أن التلفزيون يمدّهم بالمعرفة الخاصة بعالم الكبار.

٢. أن التلفزيون بكل مميزات الوسيلة السمعية البصرية، يمكنه تقديم المعرفة، التي يتعسر نقلها إلى ذهن الطفل، عن طريق الكتابة.

٣. يقدم التلفزيون المعرفة بصورة يمكن للذهن أن يستوعبها بسهولة؛ ذلك لأن التلفزيون يعطى إحساساً بالألفة والصدق والواقعية.

٤. أن آلات التصوير التلفزيونية تستطيع أن تنتقل إلى أماكن لا يمكن للمشاهد العادي أن ينتقل إليها^{xv}.

٥. غرس المعلومات والمعارف التي تساعد على توسيع مدارك الطفل وخبرته في الحياة، وتكرس لديه قيمة حب العمل والتعاون الجماعي، وتوجهه إلى استثمار أوقات الفراغ، بصورة تعود عليه بالنفع^{xvi}.

٦. المنفعة الاجتماعية للتلفزيون؛ لما يتيح من فرص المشاهدة الجماعية، وما يبدیه من أفكار وقيم إلى مشاهديه، صغارًا وكبارًا، وما يثيره من مناقشات فيما بينهم^{xvii}.

٧. يلعب التلفزيون وشخصياته دورًا هامًا في تطوير معرفة الطفل عن الأدوار الاجتماعية^{xviii}.

وبذلك يعتبر التلفزيون من عوامل توحيد الأفكار والمشاعر بين الناس؛ يوحد من عاداتهم، وتقاليدهم، وأنماط سلوكهم، وقيمهم؛ لأن الآلاف منهم يشاهدون نفس المؤثرات، فهو يساعد على تحقيق وحدة الفكر، والمعايير، والثقافة، والأذواق الجمالية^{xix}.

أيضًا هناك ثلاث وظائف يجنيها الطفل، من المادة التلفزيونية ذات الطابع الذي يتصل بعالم الخيال؛ وهى:

١. إنها تمد الطفل بخبرة متحررة من القيود، التي تتحكم في الحياة الواقعية.

٢. إنها ترفه عن الطفل، وتبعده عن أي ضغوط في الوسط المحيط به.

٣. إنها تؤكد تحقيق الرغبة؛ إذ يجد الإنسان فيها مجالاً للتنفيس عن الدوافع، التي لا يجد لها متنفسًا في عالم الواقع^{xx}.

ولكن يجب معرفة أن ما يشاهده الأطفال في التلفزيون، وما يتعلمونه وما يستفيدونه يتوقف على الطفل نفسه، كما يتوقف على طبيعة البرنامج، وعلى مستوى ثقافة الأسرة، واختيارها البرامج المناسبة للأطفال، وفق مرحلة النمو التي يعيشها كل طفل.

ب - الآثار النفسية والاجتماعية السلبية للتلفزيون:

السلوك العدواني:

الأطفال يقلدون السلوك العدواني، والعنف الذي يشاهدونه في التلفزيون، بالقدر الذي يقلدون فيه النماذج الحية، وإن هذا التقليد يستمر لفترة طويلة نسبياً، خاصة عندما يصور النموذج المعتدى على أنه ناجح^{xxi}. كما أتضح أن طبيعة الطفل، حين تستهويه شخصية البطل في قصة ما، هي التي تحدث التغيير في ميوله العدوانية، إلى أخف، أو أشد، أو حذفها من نفسه، فالأطفال الذين يشاهدون التلفزيون، وفي نفوسهم شعور بالإحباط، ورغبات مكبوتة للاعتداء، هم الذين تساعد مشاهد العنف على تنمية الميل للاعتداء، ويقومون بالتالي بها، ويساعدونهم على ذلك أيضاً، أن بعض الأطفال المراهقين يخلطون بين عالم الواقع وعالم الخيال؛ ومن ثم يقلدون الأعمال العدوانية التي يشاهدونها في التلفزيون، في تصرفاتهم وسلوكهم اليومي^{xxii}.

أيضاً رؤية مشاهد العنف، من شأنها أن تلفت نظر الأطفال، الذين ليس لديهم استعداد أو ميل للعنف، وتحاول أن تدفعهم للتجربة والمحاكاة.

السلبية:

يرى بعض الباحثين أن التلفزيون يشجع، أو يؤدي بالبعض إلى السلبية استناداً إلى الآتي:

١. أن المشاهدة نشاط ذهني سلبي، لا تتطلب أي جهد من قبل المشاهد، طفلاً كان أو شاباً^{xxiii}.

٢. المشاهدة تقدم الأفكار جاهزة، وقد يتعود الطفل على ذلك؛ فيتكاسل حتى عن مجرد التفكير، أو النقد، أو مناقشة ما يرى ويسمع، حتى أنه يتربى فيه رغبة الحصول على الأشياء والمعلومات، دون جهد منه في البحث والإطلاع^{xxiv}.

٣. تؤدي مشاهدة التلفزيون إلى فقدان الباعث، والدافع إلى العمل والحركة.

٤. يؤدي التلفزيون أحياناً إلى فساد ذوق الأطفال، الذين ما زالوا في مرحلة التكوين النفسي؛ حيث أنه قد يتعرض لبرامج أو أفلام تحمل أفكاراً، أو إichاءات قد تشككه في قيم ومبادئ مجتمعه، وقد تحوله إلى شخص متمرّد متأثراً بها، وقد يدفعه ذلك إلى تقليدها، ومحاكاتها في حياته الواقعية^{xxv}.

٥. تعطل المشاهدة طاقات الخيال؛ حيث أن التلفزيون يزود الطفل بخيالات جاهزة؛ ومن ثم يقلل من اعتماده على قدرات خياله الخلاقة كما أن التلفزيون قد يقلل من الإبداع لدى الأطفال^{xxvi}.

الانسحاب من عالم الواقع:

يرى بعض الأطباء النفسانيين أن للتلفزيون قوة جاذبية كالمغناطيس، وإغراءً شديداً للأطفال؛ ولذا فهو لا يساعد على السلوك الجماعي، بل بالعكس يعمل على تنمية السلوك الفردي، ويشجع الطفل على الانسحاب من عالم الواقع، إلى الإدمان على مشاهدة برامجه. أي يؤدي إلى عدم مساهمة الطفل مساهمة فعلية في الحياة، كأن يبتعد عن اللعب مع أقرانه مثلاً وقد دلت الأبحاث على أن التلفزيون يساعد على الانسحاب، لمن لديه الاستعداد لذلك؛ حيث يقدم مادة خيالية، يجدون فيها وسيلة للهروب من مشاكلهم النفسية^{xxvii}.

الخوف:

يتوقع أن يدفع التلفزيون الأطفال للخوف أثناء مشاهدته في ثلاثة مواقف:

١. إذا وجد البطل الذي يستهوي الطفل، أو ينال إعجابه، في مواقف تهدده بالخطر.

٢. عندما يكون الطفل صغير السن، إلى درجة لا يتحمل معها

الموقف الذي يراه؛ فهناك مرحلة من السن، يعتبر الطفل خلالها أن ما يراه في التلفزيون حقيقة، ولا يمكنه أن يفصل نفسه عن الحوادث التي يشاهدها، على شاشة التلفزيون^{xxviii}.

٣. عندما يتذكر الطفل أحد المخاوف التي مرت به في حياته الخاصة، و لاسيما إذا ارتبط الموقف بالكلام و العزلة، وكان هناك موقف مشابه له في التلفزيون .

تأخر تعلم اللغة:

أثبتت الدراسات التربوية أن التلفزيون قد يكون واحداً من العوامل التي تؤثر على تأخر تعلم اللغة، وعدم انتظام نموها عند الطفل، في المرحلة الأولى من حياته، فالبرامج التلفزيونية لا تزال غير مؤهلة لتأمين إيصال الكلام، إلى سمع الطفل في مرحلة الطفولة المبكرة؛ وذلك بسبب تعدد الأشخاص المتحاورين، والسرعة النسبية التي يجرى بها الحوار، كما أن التلفزيون غير مؤهل في تثبيت اللغة، ونموها، وتطورها^{xxix}.

إلا أنه في دراسة قام بها "أندرسون" Anderson (1988) حول تأثير التلفزيون على التطور المعرفي لدى الأطفال، انتهت الدراسة إلى التقليل من الاعتقادات السائدة، بأن التلفزيون له أثر سلبي على الأطفال^{xxx}.

و بوجه عام، إذا كانت المواد التلفزيونية المقدمة تعلم، أو توسع الأفق، أو تبني الوعي عن العالم؛ فإن تأثيرها يكون إيجابياً، أما إذا كانت عنيفة، أو مرعبة، أو إباحية؛ فإن تأثيرها يكون سلبياً^{xxxi}.

ثالثاً: استجابة الطفل، وفهمه لبرامج الأطفال التلفزيونية:

أن مرحلة الطفولة المبكرة، من أهم المراحل التي يتعلم فيها الفرد بعض المعتقدات، في العالم المادي والبشري، وكيفية عمله، ويتعلم كيف يتعامل مع الأشخاص، والأفكار، والحيوانات من حوله وأنه من الصعوبة بمكان فهم

استجابة الطفل للتلفزيون في المرحلة المتقدمة، والتي تنتهي في السنوات (٦ ، ٧) حتى بداية العمليات التكوينية للطفل، فالأطفال يستطيعون أن يعيشوا في الحاضر، وأن يتعايشوا مع المشاكل الحسية التي تواجههم^{xxxii} وتعلم الطفل من التلفزيون، وعدمه يعتمد على عدة عوامل؛ منها: الخلفية المعرفية لدى الطفل؛ حيث أن نقص الخلفية المعرفية لدى الطفل في هذه المرحلة؛ قد يتسبب في أن يفشل الطفل في فهم البرامج التلفزيونية، يفهمها فهمًا خاطئًا ويتعلمها تعلمًا خاطئًا.

ففي دراسة "روبين" Rubin (1982) التي استهدفت التعرف على السلوكيات والمواقف المختلفة عند مشاهدة مجموعات من الأطفال من خمسة إلى اثني عشر عامًا للتلفزيون وجد أن صغار الأطفال، أدركوا محتوى برامج التلفزيون في عرض الواقع بصورة مباشرة، إلا أن ما يشاهده الأطفال في التلفزيون، وما يدركونه، يرتبط بدرجة كبيرة مع المراحل المبكرة للتطور المعرفي عند الطفل^{xxxiii}.

وتؤكد دراسة "سكول وكاثلين" School & Kathleen (1981) والتي أجريت حول دور التلفزيون في بناء الواقع، عند صغار الأطفال أن الطفل الصغير موصل نشط، يتعامل مع التلفزيون ووسائله^{xxxiv}.

وهذا ما يؤكد العديد من الدراسات التي أجريت للتعرف على قدرة أطفال ما قبل المدرسة، على الاستجابة لبرامج الأطفال بالتلفزيون، وقدرتهم على فهمها ومن ذلك دراسة أجراها "بنجري وآخرون" (Pingree & Others) (1984) حول قدرة فهم الأطفال للتلفزيون؛ حيث عرضوا مجموعة من الأطفال تتراوح أعمارهم بين ثلاث وخمس سنوات لبرنامج مترجم وهو ضربات مختلفة، مدته ثماني دقائق، وبعد طلب منهم إعادة تمثيل القصة بالعرائس، وقد جاءت النتائج توضح أن ٧٠% من الأطفال فهموا أحداث البرنامج^{xxxv}.

وهناك العديد من الدراسات الميدانية، أثبتت أن الأصوات المنبعثة من جهاز التلفزيون تستحوذ على اهتمام الطفل، في السنة الثانية من عمره، وفي سنته الثالثة يبدأ بالاهتمام بالصوت والصورة معاً، ثم يتحول إلى الاهتمام ببرامج معينة دون أخرى، كبرامج الأطفال^{xxxvi}.

وفي دراسة "بلوسير" Blosser التي أجريت عام (1985) لتحديد متى وكيف يبدأ الأطفال في التمييز بين الرسائل المختلفة الأهداف وفهمها؟ تم اختيار 90 طفلاً، تتراوح أعمارهم بين الرابعة والخامسة عشرة، وقد جاءت النتائج تؤكد أن فهم المحتوى المروى كان عاليًا، حتى بين أصغر الأطفال^{xxxvii}.

وفي دراسة "دانلج" Danling (1995) حول انتباه الأطفال في سن الحضانة، وفهمهم للمعلومات الظاهرة والمتضمنة، في برامج الأطفال التلفزيونية، تدل النتائج على تفوق الأطفال في سن الخامسة في فهم المعلومات المتضمنة، داخل برامج الأطفال التلفزيونية^{xxxviii}.

رابعاً: برامج الأطفال بالتلفزيون المصري:

اهتم التلفزيون المصري منذ نشأته ببرامج الأطفال، وكانت من أهم البرامج التي عمل المسؤولون على دراستها وتستهدف برامج الأطفال توجيه النشء توجيهًا صحيحًا، وتربيتهم تربية أخلاقية، تبعث فيهم الفضيلة، والشجاعة، وتنمية مواهبهم، وتزويدهم بالمعلومات^{xxxix}.

ومن ضمن أولويات الجانب الاجتماعي التي تم مراعاتها، في خطة البرامجية للتلفزيون هي:

١. الاهتمام بقضايا الطفولة، خاصة الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة؛ (المعوقين، أولاد الشوارع، عمالة الأطفال).

٢. إعادة النظر في برامج الطوائف؛ لمواكبة التغيرات التي تحدث في أنماط المجتمع.

٣. مراعاة الدقة في اختيار أفلام الكارتون المستوردة، واستبعاد أفلام العنف؛ لما لها من أثر سيئ على الأطفال^{xl}.

كما أعطى التلفزيون المصري اهتمامًا خاصًا لبرامج الأطفال في العقد الأخير من القرن الماضي، حيث أنه يقدم حوالي سبعة وتسعين برنامجًا للأطفال على كافة قنواته، ما بين يومي وأسبوعي، يخص القنوات الأولى والثانية منها ٤٠ برنامجًا^{xli}.

وتهدف برامج الأطفال، إلى الاهتمام بغرس القيم الدينية والروحية لدى الأطفال، تنمية مدارك الأطفال، تنمية التفكير العقلاني، تنمية الابتكار والإبداع لدى الأطفال، تنمية الإحساس بالجمال، تقديم التوعية الدينية المبسطة للأطفال، تزويد الأطفال بالقيم الدينية المناسبة للمرحلة العمرية التي يمرون بها، العمل على إكسابهم نواحي السلوك السليم.

من بين هذه البرامج ما يخص القناة الأولى؛ مثل برامج (حوار مع الكبار، صحة الزهور،

النادي الصغير، مع الأصدقاء، حرف و كلمة، قراءات و طرائف، كارتون الأطفال، حاول تعرف، دنيا الكارتون، اطلب و أتمنى، فنون صغير، عروستي، حفلات المدارس، سينما الأطفال، يحكى أن، عشرة على عشرة، ألبوم الحوادث، صورة و حكاية، صندوق الدنيا، معلومة في رحلة).

أما برامج أطفال القناة الثانية؛ فمثل برامج (دنيا الأطفال؛ كمبيوتر جرافيك، قلوب بتحبك، جميلة يا بلدي، أصدقاء المكتبة، يوم مع بابا، أماكن و معالم، مجلة الأصدقاء، معلومات مرئية، ما يطلبه الأطفال، نباتات و زهور، المسرح الصغير، اللقاء المفتوح، حكايات و معاني، هوايات).

أ - الوقت المخصص لبرامج الأطفال :

بحصر الوقت المخصص لبرامج الأطفال، في التلفزيون المصري،

يلاحظ أنه متواضع جدًا، إذا ما قورن بكم ساعات الإرسال اليومي الهائل، حيث أن ساعات إرسال برامج الأطفال بالتلفزيون، المرسلّة عبر قنواته تمثّل نسبة ٦,٨٤% من إجمالي ساعات البث بواقع ٧,١١% ساعة يوميًا علمًا بأن ساعات البث اليومي للتلفزيون ١٠٥,٢ ساعة^{xlii}.

مما يتطلب ضرورة التوسع فيها، وزيادة مساحتها الزمنية، حتى تتناسب ونسبة الأطفال في المجتمع المصري، حيث أن التلفزيون ينقل الخبرة والمعرفة للطفل، في سن مبكرة جدًا؛ فيرى الطفل على شاشته مناظر خارجية، أبعد من حدود البيت والبيئة المحيطة به^{xliii}.

ب - مضمون برامج الأطفال بالتلفزيون المصري :

يلاحظ من خلال مشاهدة برامج الأطفال بالتلفزيون المصري، تعدد القوالب الفنية التي يقدم من خلالها مضمون برامج الأطفال؛ منها:

١. حديث مباشر.

٢. دراما.

٣. أغنية.

٤. مسابقة.

٥. حوار.

٦. سؤال وجواب.

٧. مناقشة.

وتمد هذه البرامج الأطفال بالقيم، والمعلومات، والمعارف المختلفة، وهذا ما أشارت إليه دراسات عديدة؛ منها دراسة "هناء السيد محمد" (١٩٩٣)^{xliv}، التي أجريت للتعرف على دور التلفزيون في التنشئة الثقافية، لطفل الرياض بالريف، وتوصلت إلى أن طفل الرياض بالريف يكتسب من التلفزيون مجموعة من السلوكيات، والألفاظ، والمعارف، والقيم التي تميل إلى الطابع الحضري،

وتبتعد عن الثقافة الريفية، بينما تشير دراسة "حسين على الفلاحى" (١٩٩١)^{xlvi}، إلى أن برامج الأطفال قدمت (٣٧٨) معلومة متنوعة، حيث مثلت الموضوعات الاجتماعية نسبة ٣١,٥%، الظواهر الطبيعية ١٠,٦%، الكائنات الحية ٨,٣%، الفنية ٧%.

وتشير دراسة "طه محمد بركات" (١٩٩١)^{xlvi}، أن هناك علاقة بين الاتجاهات القيمية المكتسبة من برامج الأطفال، والقيم لدى الأطفال المشاهدين، في حين كشفت دراسة "حسن محمد على" (١٩٩٢)^{xlvi}، أن البرامج المستوردة الموجهة للأطفال، تحتوى على قيم سلبية بنسبة ٥٢,٦%، وقيم إيجابية بنسبة ٤٧,٤%، بينما دراسة "عاطف عدلى العبد" (١٩٨٤)^{xlvi}، تؤكد أن الأطفال يكتسبون معلوماتهم، من برامج الأطفال بنسبة ٦٩,٧%.

في حين نجد دراسة "محمود حسن إسماعيل" (١٩٩١)^{xlvi}، تذكر أن ٨٥% من أطفال العينة التي أجريت عليها الدراسة قد اكتسبوا معلومات من مشاهدتهم لنشرة أخبار الأطفال بالتلفزيون، وفي دراسة أخرى أجراها "السيد بهنسى" (١٩٨٩)¹، حول دور وسائل الإعلام المحلية في إمداد الطفل بالمعلومات، أشارت إلى أن ٩٥,٧% من أطفال العينة الذين يشاهدون برامج الأطفال في التلفزيون قد اكتسبوا معلومات من هذه البرامج.

ج - معدل المشاهدة لدى الأطفال :

لقد تبوأ التلفزيون مكانة بارزة، فاقت في أهميتها وانتشارها كل الوسائل الإعلامية والمؤسسات الثقافية والتربوية الأخرى، فقد أطلق عليه الأب الثالث، الذي يساند دور الأب، ويساعد الأم في عملية التربية والتنشئة².

فاتصال الطفل بالتلفزيون يتم في سن الثانية، عندما ينصت مصادفة إلى برنامج قد يشاهده شخص آخر، ولكنه سرعان ما يبدأ في استطلاع عالم التلفزيون، ويكون لنفسه نوقاً خاصاً بالنسبة للبرامج التي يختارها، إذا بلغ

الثالثة من عمره يستطيع أن يطلب برنامجه المفضل، ويكون قد وصل في استعماله للتلفزيون إلى درجة معقولة^{lii}.

وينجذب الأطفال عمومًا إلى مشاهدة التلفزيون، ويقضون قسطًا كبيرًا من الوقت في مشاهدته؛ وهذا ما تشير إليه إحدى الدراسات حيث وجد أن حوالي ٩٩,٥% من أطفال العينة، التي أجريت عليهم هذه الدراسة، يشاهدون التلفزيون بصفة عامة، و٩٦% من أطفال العينة، يشاهدون برامج الأطفال بصفة خاصة^{liii}.

وقد اتفقت كل من دراسة "حسين الفلاحى" (١٩٩١) ودراسة "طه بركات" (١٩٩١) على أن جميع أفراد العينة، لكل دراسة منهما يشاهدون التلفزيون بنسبة ١٠٠% ، وهذا ما أشارت إليه "صفاء عطية" في دراستها عام (١٩٩٢)^{liv} حيث وجدت أن ٩٩% من أطفال العينة يشاهدون برامج الأطفال التلفزيونية.

ويشير أحد تقارير اليونسكو، أن الأطفال يقضون ما بين اثنتى عشرة ساعة، وأربع وعشرين ساعة أمام التلفزيون أسبوعيًا، وأن سن الخامسة حتى السابعة هي الفترة التي يبدى فيها الطفل أقصى الاهتمام بمشاهدة التلفزيون، وفي المرحلة التي تسبق هذه الفترة، فإن الطفل في سن الثلاث سنوات يقضى ٤٥ دقيقة يوميًا أمام التلفزيون، وفي سن أربع سنوات ينفق ساعة ونصفًا^{lv}.

وتظهر الإحصائيات أن مليونى طفل تقريبًا في إيطاليا، ممن تقل أعمارهم عن السادسة عشرة، يقضون قسطًا من الوقت يوميًا أمام جهاز التلفزيون، وهذا القسط من الوقت لا يمكن إهماله بأية طريقة، وهو بمعدل يتراوح بين الساعة ونصف الساعة، والساعتين يوميًا^{lvi}.

كما تشير الدراسة التي أجراها اتحاد الإذاعة والتلفزيون أن الطفل الذي تجاوز عمره سن الثالثة، يقضى سدس ساعات يقظته اليومية أمام التلفزيون،

فإذا بلغ سن السادسة تكون المدة التي يقضيها في متابعة برامج التلفزيون، معادلة لتلك المدة التي يقضيها في المدرسة^{lvii}.

ويتأثر معدل المشاهدة للطفل بعدة عوامل؛ منها السن، الجنس، مستوى القدرة العقلية، المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة، الخبرات التي يمر بها الطفل^{lviii}.

هذا ما يؤكد أن التلفزيون يحتل مكان الصدارة بين باقى وسائل الاتصال الأخرى بالطفل، ليس فقط من حيث الوقت، بل أيضاً من حيث كونه أكثر جاذبية للأطفال.

كما أجرى "محمد صلاح الدين فتحى"، (١٩٨٢)^{lix} دراسة عن الدور الذي تؤديه برامج الأطفال بالتلفزيون المصري في تعليم وتنقيف أطفال ما قبل المدرسة في المرحلة العمرية من ٣ إلى ٦ سنوات بهدف التعرف على حاجات النمو التي تشبعها برامج الأطفال لدى طفل ما قبل المدرسة. واستخدم أداة تحليل المضمون لتحليل مضمون عينة من برامج الأطفال بالتلفزيون المصري والتي وضعتها مراقبة برامج الأطفال ضمن احتياجات نمو الأطفال من ٣ إلى ٦ سنوات، كما اعتمد الباحث في تحليله على النص المكتوب.

وتوصل من خلال عملية التحليل إلى أن برامج الأطفال بالتلفزيون الخاصة بالأطفال من سن ٣ إلى ٦ سنوات لا تتماشى مع محتوى الأهداف الموضوعية لتلك البرامج والتي تدور حول العمل على إشباع حاجات النمو لأطفال تلك المرحلة العمرية كما أن عدد الساعات المخصصة لبرامج أطفال تلك المرحلة العمرية لا يتناسب مع تعدادهم بالنسبة لتعداد السكان الكلى.

وجاءت نتائج الدراسة تشير إلى أن برامج الأطفال تشبع الحاجة إلى تعلم المعايير الأخلاقية والاجتماعية للمجتمع بنسبة ٩١ %، الحاجة إلى تعلم القواعد البسيطة عن النظام والنظافة والصحة بنسبة ٩١ %، الحاجة إلى تعلم أساليب

تناول الطعام وآدابه بنسبة ٧٣%، الحاجة إلى تنمية الشخصية الاجتماعية وحب الانتماء لدى الأطفال بنسبة ٧٣%.

- بينما دراسة "حسين على الفلاحى"، (١٩٩١) هدفت للتعرف على نوعية وطبيعة برامج الأطفال وتأثيرها على الطفل اليمنى، والتعرف على الموضوعات والمعلومات التي تقدمها برامج الأطفال بالتلفزيون اليمنى وتحديد المؤشرات المتصلة بعادات وأنماط المشاهدة لبرامج التلفزيون عامة وبرامج الأطفال خاصة، التعرف على مدى اتباع القائمين بالاتصال في برامج الأطفال للأساليب العلمية في عملهم.

وسحبت عينة من برامج الأطفال التلفزيونية خلال دورة تلفزيونية كعينة للدراسة التحليلية، وعينة من الأطفال قوامها (٢٨٠) طفلاً وطفلة من تلاميذ الصفين الخامس والسادس الابتدائي، أيضاً جميع العاملين في برامج الأطفال بالتلفزيون اليمنى، واستخدم استمارة تحليل مضمون وصحيفتى استبيان إحداهما للأطفال عينة الدراسة، والأخرى للقائم بالاتصال كأدوات لجمع البيانات، و جاءت أهم نتائج الدراسة كالاتى:

قدمت برامج الأطفال (٣٨٧) معلومة متنوعة، تدور حول الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٣١,٥%، الظواهر الطبيعية بنسبة ١٠,٦%، الكائنات الحية بنسبة ٨,٣%، الفنية بنسبة ٧%.

وشكلت المعلومات التي يغلب عليها الطابع المعرفي ٥٩,٤% من إجمالي المعلومات مقابل ٣٤,٩% للمعلومات ذات الجانب الوجداني، ٥,٧% للمعلومات ذات الجانب المهارى، هذا وقد استخدمت برامج الأطفال ثمانية قوالب فنية كان في مقدمتها الرسوم المتحركة ٥٧,١%، حديث الشخصية الواحدة ١١,١%، روائى الصورة ١٠,٦%، وأسئلة وأجوبة ١,٦%، ومن الجدير بالذكر أن هذه المعلومات قدمت بالفصحى المبسطة حيث جاءت في مقدمة المستويات اللغوية

بنسبة ٧٧,٥%، تليها العامة ١٤,٢%، ثم الفصحى ٦,٧%.

كما تبين أن جميع أفراد العينة يشاهدون برامج التلفزيون بصفة عامة أي بنسبة ١٠٠%، في حين يشاهد برامج الأطفال منهم ٩٩,٣%، منهم ٦٧,٢% يشاهدونها بصفة دائمة و ٣٢,١% يشاهدونها بصفة غير دائمة، وبلغت نسبة المشاهدة اليومية من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات ٧٤% من إجمالي العينة. وتشير الدراسة إلى أن ٢٦,٤% من أسر المبحوثين يتدخلون في منع أطفالهم من مشاهدة برامج معينة، بينما لا يتدخل في ذلك ٧٣,٦% من أسر المبحوثين، وكانت نسبة التدخل لدى الأطفال الإناث أكثر من الذكور، وقد جاء الخوف من ضياع وقت المذاكرة في مقدمة أسباب ذلك التدخل.

أيضاً دراسة "طه محمد بركات"، (١٩٩١) الذي كان هدفه الرئيسي هو دراسة أثر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية على تنشئة الطفل وكذلك دراسة العلاقة بين القيم المكتسبة من برامج التلفزيون على نسق القيم عند الأطفال في إطار الدور الذي تقوم به الإذاعة والتلفزيون في تنشئة الطفل، وهي دراسة وصفية تحليلية، استخدم الباحث منهج المسح بالعينة، وكانت العينة البشرية من بين تلاميذ وتلميذات مدارس المرحلة الابتدائية في الصفوف الثلاث الأول - الثاني - الثالث واعتمد هذا الباحث في سحب العينة على الأسلوب العشوائي البسيط برغبة التلاميذ أنفسهم في المشاركة في البحث بعد الإعلان بداخل المدرسة، وتمثلت أهم النتائج في الآتي:

انتشار الأجهزة الإعلامية أمر شائع بين طبقات المجتمع وإن كان بعضها يرتبط بدخل الأسرة، أن جميع المبحوثين يشاهدون التلفزيون مشاهدة دائمة وأن هذه المشاهدة لا تقتصر على برامج الأطفال، كما تبين بالنسبة للقيم عند الأطفال أن هناك علاقة بين الاتجاهات القيمية المكتسبة من برامج الأطفال والقيم عند الأطفال كما أظهره مقياس القيم.

وتؤكد ذلك دراسة أخرى قام بها "حسن على محمد"، (١٩٩٢م) بهدف التعرف على البرامج المستوردة الموجهة للأطفال و ما تتضمنه من معلومات وقيم ومدى استفادة الطفل منها وآراء الأطفال فيها.

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي مع المنهج المقارن أيضاً استخدم أداة تحليل المضمون لجمع البيانات، وصحيفة استبيان لمعرفة آراء عينة من الأطفال في تلك البرامج شكلاً ومضموناً والأطفال هم عينة من تلاميذ الحلقة الأولى للتعليم الأساسي بالصفين الرابع والخامس الابتدائي من (١٠ إلى ١٢ سنة) وبلغ عددهم (٤٥٠) طفلاً وطفلة من محافظات القاهرة - سوهاج - سيناء.

كما تمثلت عينة الدراسة التحليلية في البرامج والمسلسلات والفقرات المستوردة التي عرضها التلفزيون المصري على القنوات الأولى والثانية في الفترة من ١٩٩٠/٧/١ إلى ١٩٩٠/١٢/٣١ بإجمالي زمن (٣٣٠) ساعة، وتمثلت أهم النتائج في التالي:

بلغت نسبة البرامج المستوردة الموجهة للأطفال ٦% من إجمالي المضمون المقدم للطفل على القنوات في التلفزيون المصري بواقع ٣١ برنامجاً مستورداً أو يحتوى على فقرات مستوردة، احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى بين الدول المصدرة للمضمون الأجنبي لمصر حيث بلغت نسبة المستورد منها وحدها ٩١% من إجمالي برامج الأطفال المستوردة، وقد بلغ عدد تكرارات القيم (٧٦٢٠) مرة وزعت على القنوات بنسبة ٥٢,٦% للقيم السلبية، ٤٧,٤% للقيم الإيجابية، وقد كان نصيب قيمة الكذب ٨,٨% والغرور ٨,٦% ونكران الجميل ٨,٥%، ورفض التسامح ٨% والخيانة ٧%، الأنانية ٥,٨% وقد تمكن ٧٦,٥% من الأطفال من معرفة الإجابات الصحيحة في اختيار المعلومات وكان معظمهم من الأطفال المشاهدين للتلفزيون، والأطفال غير المشاهدين له فلم يتمكنوا من الإجابة الصحيحة على نفس الاختبار.

هناك أيضاً دراسة "سوان" Swan، (١٩٩٥)^{lx} التي استهدفت تفحص تأثير كارتون صباح السبت على مدرّكات الأطفال للواقع الاجتماعي، وقامت هذه الدراسة بتحليل البرامج التي عرضت من الساعة الثامنة إلى الحادية عشرة صباحاً، في ١٥ سبتمبر سنة ١٩٩٠ وفي ٩ يونيو سنة ١٩٩٢، وتركز الدراسة على الشخصيات من حيث النوع و عمر الشخصية، فضلاً عن الصور السلبية والإيجابية للشخصيات.

توصلت الدراسة إلى أن كارتون صباح السبت يتكون من شخصيات صغيرة السن، وللأسف، فقد عرض معظمها في شكل شيخ أو عاجز، وأن ٦٠% من الشخصيات عرضت في شكل واحد، و أن ١٧,٥% فقط من الشخصيات في سنة ١٩٩٠م، و ٢٤,٨% في سنة ١٩٩٢م كانت شخصيات نسائية، وتم تحليل محتوى الكارتون، وأنواع الحكايات، والقيم، الأخلاق تؤكد الدراسة أن برنامج الأطفال صباح السبت يعلم الأطفال أن الرجل الأبيض هو أهم وأقوى الشخصيات في المجتمع، كما تظهر السيدات دون المستوى في كل مكان حيث أن العالم مكان مرعب، و لابد عليهن أن ينتمين لمجموعة ما، و لا يتصرفن وفقاً لإرادتهن.

خامساً: أهداف برامج الأطفال التليفزيونية:

مما سبق يتضح ضرورة العناية بمضمون برامج الأطفال؛ لتقدم للطفل الإمتاع الفكري والوجداني، وتقدم له وجبات ثقافية مختلفة؛ ولتحقق الأهداف التي أجمعت عليها برامج الأطفال في دول العالم المتقدم؛ وهي^{lxi}:

١. أن تجعل الطفل يكتسب معرفة أشمل وفهماً أعمق لعالمه المادي والاجتماعي.
٢. أن تؤكد فيه احترامه لذاته، ورضاه عنها، وإحساسه بقيمته، وجدارته باحترام الآخرين.

٣. أن تساعد في أن يتعلم مزيداً من المهارات.
٤. أن تنمي فيه الشعور بالانتماء والحب، وتقدم له الاتجاهات والسلوكيات السوية، نحو المجموعات الاجتماعية.
٥. أن تعمل على الارتقاء بضميره وأخلاقه، وتثبت فيه القيم الصالحة.
٦. أن تقدم له العلم و التجربة، بصورة ممتعة جذابة ومشوقة.
٧. أن تعلمه أن الحب بذل وعطاء، كما هو أخذ.
٨. أن تكون نافذة، يطل منها الطفل على عالم واسع، من العلم، والفن، والفكر.
٩. أن تقدم له المتعة والترفية النظيفة.
١٠. أن تربطه بها برباط وثيق العرى، أساسه الحب والتعاطف.

أهداف برامج الأطفال التليفزيونية، الموجهة إلى الأطفال دون السادسة

من العمر، أطفال ما قبل المدرسة^{ixii}:

١. تدعيم التواصل الوجداني بين الطفل، ووالديه، وإخوته المحيطين به.
٢. تنمية إحساسه بالثقة في الذات، و في الآخرين.
٣. تعرف الطفل على جنسه ذكر أو أنثى، وتوحده معه.
٤. مساعدته على تكوين مفاهيم بسيطة، عن الواقع المادي، والواقع الاجتماعي.
٥. استخدام القواعد البسيطة المتعلقة بالأمن، والسلامة، والصحة.
٦. تعلم التمييز بين ما هو مقبول (صواب)، وما هو غير مقبول (خطأ)، واحترام القواعد، والنظام.

٧. تنمية عواطف الطفل، وتهذيب ضميره وانفعالاته؛ (كالخوف والغضب)، على مراحل متتابعة، ابتداء من مرحلة ما قبل المدرسة.

سادساً: الأسس، والمبادئ العامة، والضوابط السيكولوجية الآزم مراعاتها عند إعداد برامج الأطفال، وتقديمها:

وضعت " ليلي كرم الدين" (١٩٩٨) مجموعة من الأسس، والمبادئ العامة، والضوابط السيكولوجية التي تعتبر جزءاً لا يتجزأ من المعلومات السيكولوجية المتعلقة بالأطفال، والتي يلزم على من يتوجه للطفل معداً كان أو مقدم برامج أطفال أن يلتزم بها، ويراعيها؛ ليكون توجهه ناجحاً، وفعالاً، ومؤثراً، من أهمها ما يلي^{lxiii}:

١. ضرورة مراعاة خصائص الأطفال، ومرحلة نموهم اللغوي، والعقلي، والاجتماعي، و الانفعالي، و حاجاتهم وميولهم عند مختلف المراحل والأعمار.
٢. ضرورة الحرص على إمتاع الطفل، وإسعاده، وإدخال البهجة على قلبه، وتعليمه، وتنقيفه كلما أمكن، عن طريق اللعب، والمرح، والفكاهة، والبعد عن الوعظ المباشر.
٣. ضرورة الحرص على أن يكون للطفل دور فعال، وأن يشارك بنشاط فيما يقدم له من برامج، وألا يقتصر دوره فيما يقدم له من مواد على دور المتلقي السلبي، إلا في أضيق الحدود.
٤. ضرورة أن تساعد البرامج التي تعد وتقدم للأطفال على استثارة الطفل، والاستفادة من حب الاستطلاع، الفطري الطبيعي لدى الأطفال.
٥. مراعاة الجوانب الشكلية، والجمالية عند إعداد برامج الأطفال؛

- بحيث تقدم لهم الألوان الجذابة الجميلة، والأصوات المبهجة الراقية، التي تساعد على تنمية الحس الجمالى، والتذوق الفنى لدى الأطفال.
٦. ضرورة الحرص على إلا تساعد البرامج، التي تقدم للأطفال على عدوانيته، وإفراطه في النشاط.
٧. ضرورة الحرص على إعداد برامج خارجية، تخرج بالطفل للبيئة المحيطة به، ولمجتمعه بشكل عام؛ لتزيد من خبرته؛ وتوسع مداركه.
٨. ضرورة الحرص على إعداد برامج، ومواد تمس حاجات ومشكلات وقضايا الأطفال، في مختلف البيئات الحضرية، والطبقات الاجتماعية والاقتصادية بالمجتمع المصري.
٩. ضرورة الاهتمام بمعرفة آراء الأطفال، فيما يقدم لهم من برامج، وأخذها في الاعتبار، عند تخطيط، وإعداد، وتقديم البرامج لهم.
١٠. ضرورة الاهتمام عند إعداد برامج التلفزيون للأطفال، على أن تساعد هذه البرامج على إعداد الأطفال لعالم الغد، وللتعامل مع تكنولوجيا العصر.
١١. ضرورة الحرص الشديد، على أن تساعد برامج التلفزيون التي تعد للأطفال المصريين، على تحقيق انتمائهم لوطنهم وحضارتهم، بالإضافة لما تحققه من متعة، وبهجة، وتعليم، وتنشئة، وتنمية، وإعداد للتعامل مع عالم الغد.

سابعاً: دور برامج الأطفال في استكمال دور الأسرة والمدرسة :

وسائل الاتصال بمختلف أشكالها، وأجهزة الإعلام خاصة الجماهيرية منها، من بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية، إلى جانب الأسرة، والمدرسة، ودور العبادة، والمؤسسات الاجتماعية كالنوادى، وغيرها؛ ولذلك فعليها دور هام في

عملية التنشئة الاجتماعية، إلا أن عدة تطورات حديثة قد وقعت؛ فزادت من دور وسائل الاتصال، و أجهزة الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية، من بين أهم هذه الأسباب ما يلي:

١. تقلص دور الأسرة؛ بسبب عمل الوالدين، أو انشغالهما الشديد في السعي وراء الرزق؛ لرفع المستوى الاقتصادي الأسرة.

٢. قصور المدرسة، وعدم قدرتها على القيام بدورها الأساسي، في التربية والتنشئة الاجتماعية؛ للعديد من الأسباب؛ لعل أهمها زيادة أعداد التلاميذ، ونقص الإمكانيات، وعدم تأهيل المعلم، وانشغاله، وصعوبة المقررات الدراسية، وغيرها.

٣. انجذاب الأطفال لوسائل الاتصال بشكل عام، وجهاز التليفزيون على وجه الخصوص، وقضاؤهم لفترات طويلة أمامه، وفي مشاهدته.

نتيجة لما تقدم؛ فإن التليفزيون وبشكل خاص برامج الأطفال، مطالبة في المرحلة الراهنة، بتعويض واستكمال دور كل من الأسرة والمدرسة في تنشئة الأطفال، وتربيتهم.

ويمكن توضيح بعض ما يمكن أن تقوم به برامج الأطفال؛ لتحقيق التنشئة الاجتماعية للأطفال، واستكمال، وتعويض دور كل من الأسرة والمدرسة في هذا السبيل، فيما يلي^{lxiv}:

١. توصيل المعلومات المتنوعة للأطفال، سواء المعارف العامة، أو المتخصصة.

٢. إشباع الحاجات النفسية المختلفة، وبصفة خاصة الحاجة للمعرفة والترفية.

٣. مناقشة وعرض القضايا، والموضوعات، والمشكلات التي تهم الأطفال، وتمس حياتهم.

٤. دعم الاتجاهات الإيجابية، وتعزيز القيم الاجتماعية، والأخلاقية، والدينية، والتربوية.

٥. إكساب الأطفال بعض المهارات، وتعليمهم بعض الهوايات والأنشطة.

٦. نقل معالم العالم الخارجي لهم، والحضارات المختلفة.

٧. تقديم نماذج للأبطال، والشخصيات التاريخية، والقيادية، التي تصلح كقدوة صالحة لهم.

٨. تحقيق الانتماء للبيئة المحلية، والمجتمع بشكل عام.

و حتى لا تظلم أجهزة الإعلام وبرامج الأطفال، فإن هذه المواد تكون فعالة و مؤثرة، عندما تكون متوافقة مع ما تفعله الأسرة و المدرسة، وعندما تعد جيدًا للقيام بهذا الدور.

ثامناً: أهمية دور برامج الأطفال التليفزيونية في بث القيم الأخلاقية :

يعتبر التليفزيون وسيلة إعلامية هامة، لنقل الخبرة، والمعرفة، والثقافة للطفل في سن مبكرة جداً؛ إذ يتلقى الطفل على شاشة التليفزيون معلومات، وثقافات لشعوب العالم، ومناظر خارجية أبعد من حدود البيت والبيئة المحيطة به^{lxv}.

و يعد التليفزيون من المصادر الهامة التي يتعرض لها الطفل في تكوينه، وبلورة فكرة، كما أنه يعتبر أكثر الوسائل إيضاحاً، وقدرة على التفسير والتوضيح؛ حيث أنه يحيل المعلومات والأفكار إلى صور حية، قابلة للفهم والإدراك وتعطى الصورة الحية إحساساً بالألفة، وتزيد من المشاركة التي يتيحها التليفزيون للطفل^{lxvi}. بمعنى أن التليفزيون يقدم المعرفة، بصورة يمكن للذهن أن يستوعبها بسهولة^{lxvii}.

و بذلك يعد التليفزيون وسيلة الطفل الأولى، للالتقاء بالعالم الخارجي، حيث أن ضعف مجال خبرات الأطفال، وحب الاستطلاع القوي الذي يميز طفل

ما قبل المدرسة يعطى التليفزيون فرصة إمداد الطفل بأكبر قسط ممكن من المعرفة، وغرس القيم الأخلاقية التي يتميز بها المجتمع^{lxviii}.

وهنا تكمن خطورة برامج الأطفال بالتليفزيون، وخاصة عندما نعلم أن هذا العمر (مرحلة ما قبل المدرسة) يسمى بعمر التقليد Imitation age ؛ لأن أطفال هذه المرحلة يميلون لتقليد غيرهم^{lxix}. وأيضاً عندما نعلم أن مرحلة ما قبل المدرسة، هي الفترة الحيوية لتكوين الضمير الخلقى، الذي يحتوي على مجموعة القيم الأخلاقية التي يتحلى بها الفرد، والوازع الدينى للإنسان الفرد، وتحديد الحلال والحرام، الصواب والخطأ، المقبول والمرفوض^{lxx}، وهذا يتم من خلال الوسائط المختلفة لتنشئة الطفل؛ كالأُسرة والمدرسة؛ ووسائل الإعلام الجماهيرية؛ ومن أهمها التليفزيون، وهذا ما انتبه إليه العديد من الباحثين في مجال تربية الطفل، بالإضافة لبعض الباحثين في مجال الإعلام وثقافة الطفل فاتجهوا لدراسة دور الوسائط الاتصالية والإعلامية في التنشئة القيمية للطفل، وبخاصة في تنمية القيم الأخلاقية لدى طفل ما قبل المدرسة.

ففي دراسات تربية الطفل نجد دراسة "ميادة الباسل" (١٩٨٧) توصلت إلى نتيجة خطيرة، تتمثل في أن هناك قصوراً لدى دور الحضانة، في تحقيق الأهداف التربوية المحددة لها؛ حيث لا تقوم مدارس الحضانة برعاية الأطفال، وتنميتهم روحياً، وعقلياً، واجتماعياً إلا بنسبة ٤٥%^{lxxi}.

بينما تشير "سهير أحمد محمد" في دراستها عام (١٩٩٣) ، حول أثر دور الحضانة في اكتساب الطفل بعض القيم، المرغوب فيها اجتماعياً، أن اكتساب الأطفال للقيم، يختلف بين الأطفال الذين التحقوا بدور الحضانة، والذين لم يلتحقوا، لصالح الملتحقين بدور الحضانة، وتختلف نسبة اكتساب الأطفال للقيم باختلاف الجنس، وباختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأسرة، كما جاء الترتيب الهرمى للقيم لدى كل الأطفال، على النحو التالي؛ قيمة الصدق، النظام،

النظافة، التعاون^{lxxii}.

أيضاً قامت "أمل حسن حرات" بدراسة عام (١٩٩٠)^{lxxiii}، للتعرف على مدى نجاح دور الحضانة ورياض الأطفال في تنمية القيم الأخلاقية لدى الأطفال؛ وهى قيم النظافة، النظام، الأمانة، الصدق، التعاون؛ ووجدت أن الطفل لا يسعى لغسل يديه، إذا اتسخت، ويجلس دون مبالاة بنسبة ٨٤,٨٤%، وبخصوص تنظيم الملابس، توصلت إلى أن ٧٥,٧٥% الطفل لا ينظم ملابسه؛ نظراً لتعوده على أن ينظمها له فرد آخر، سواء في المنزل أو في دار الحضانة، ونحو احترام ملكية الآخرين والمحافظة عليها وجد ندرة ذلك بنسبة ٦٦,٦٦%، ووجد أن نسبة ٦٦,٦٦%، من العينة يذكرون أن الطفل عند سؤاله ينكر أخذه شيئاً من زميله، كما رأى ٧٢,٢٧% من العينة أن الأطفال لا يتعاونون مع بعضهم البعض، إذا ما وجدوا طفلاً آخر مريضاً؛ لقلة توجيه الطفل إلى مثل هذه الأمور، من قبل القائمين على تربيته.

وفي مجال إعلام الطفل، نجد دراسة "هناء السيد محمد"^{lxxiv} (١٩٩٠)، هدفت للكشف عن مجموعة القيم، التي تسعى كتب رياض الأطفال إلى غرسها لدى الأطفال، وقد جدت مجموعة كبيرة من القيم الأخلاقية، بينما ظهرت مجموعة من السلبيات، في الظروف التي يتعامل فيها طفل الروضة مع الكتاب، ودور المعلمة في توصيل المضامين القيمية التي يحملها الكتاب، وهذه السلبيات تحد من تأثير كتاب الطفل، ودوره في التنشئة القيمية، وهذا أيضاً ما هدفت إليه "ميرلى" Marily في دراستها عام (١٩٨٩)^{lxxv}، حينما قامت بتحليل كتب رياض الأطفال للتعرف على القيم الأخلاقية.

أيضاً ذكر "عبد الناصر سلامة محمد" في دراسته عام (١٩٩٢)^{lxxvi}، أن القيم الأخلاقية لم تمثل القدر الكافي في حكايات الأطفال، من ٥ - ٦ سنوات؛ حيث تمثلت بنسبة ١٢,٣٨% من مجموع القيم المحللة، رغم أهميتها لطفل ما

قبل المدرسة، كما وردت في حكايات الأطفال بشكل مباشر، أكثر منه ضمناً. وهناك من انتبه أيضاً لدور التلفزيون في بث القيم للأطفال مثل كل من "سعدية أحمد" (١٩٩٢)^{lxxvii}، و"صابر عسران" (١٩٨٧)^{lxxviii}، الأولى تبحث عن القيم الأخلاقية في المسلسلات، والثاني يبحث عن القيم الإسلامية في المسلسلات العربية بينما "أحمد عبد الله إسماعيل" في دراسته عام (١٩٩٠)^{lxxix} بحث من خلالها عن القيم التربوية في برامج الأطفال، بالإذاعة و التلفزيون، الموجهة للأطفال من ٦ - ١٢ سنة.

أما دراسة "ليلي حسين" عام (١٩٩٠)^{lxxx}، فبحثت عن القيم في إعلانات تلفزيون جمهورية مصر العربية و سلطنة عمان، و يؤكد "طه محمد بركات" (١٩٩١)^{lxxxi}، حينما قام بدراسة العلاقة بين القيم المكتسبة من برامج التلفزيون، على نسق القيم عند أطفال مدارس المرحلة الابتدائية فوجد أن هناك علاقة بين الاتجاهات المكتسبة من برامج الأطفال، والقيم كما أظهره مقياس القيم.

وهنا تكمن أهمية دور التلفزيون في إكساب أو تدعيم، أو بث القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة، من خلال برامج الأطفال، ويتعاضد دوره كوسيلة إعلامية؛ لما له من مميزات عن باقي وسائل الإعلام الأخرى؛ وهو أنه يجمع بين الصورة، و الصوت، والحركة في أن واحد وهذا ما يواكب بعض خصائص طفل ما قبل المدرسة كحب الاستطلاع، والتقليد وخطورة هذه المرحلة العمرية إنها الفترة التكوينية، التي يتم فيها وضع البذور الأولى لشخصية الطفل.

القيم المتضمنة في بعض وسائل الإعلام :

أجرت "إيمان السعيد محمد"، (١٩٨٣)^{lxxxii} دراسة للتعرف على دور مجالات الأطفال في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال، لذا قامت الباحثة بتحليل مضمون مجلتى (ميكي وسمير) في الفترة من يناير 1974 م حتى يناير 1979م،

بهدف التعرف على دور المجلتين في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال المصريين وعلى نوعية القيم التي حظيت، والتي لم تحظ بالاهتمام واستخدمت الباحثة أسلوب تحليل المضمون وإجراء بعض المقابلات مع المسؤولين عن تحرير المجلتين، كما استعانت بالمنهج المقارن لمعرفة مدى الاتفاق أو التباين بين المجلتين في معالجهما الصحفية للقيم الاجتماعية التي تطرحها كلتاها وقامت الباحثة بسحب عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة الدائرية المنتظمة حتى بلغ عدد الأعداد الخاضعة للتحليل ستين عددًا لكل مجلة.

وتمثلت أهم نتائج الدراسة في تنوع القيم الإيجابية في المجلتين مثل حب الآخرين، حب الوطن، العمل والإنتاج، العرفان بالجميل، الصداقة، الأمانة، التدين، العدالة (وتأكيد بعض القيم السلبية مثل (عدم اتباع آداب السلوك، كراهية الآخرين، البخل، الغش، الخداع).

- كما قام " صابر سليمان عسران"، (1987) بدراسة بغية التعرف على القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربى في التليفزيون المصري، وحدد خلالها تعريف ومصدر وخصائص وأنواع القيم الإسلامية ومدى وجودها في مضمون المسلسل العربى الذي تعرضه القناة الأولى في الفترة المسائية، وأساليب عرض القيم وأنواعها والعلاقة بينها وبين المتغيرات الأخرى، كما استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون، بالإضافة للمنهج التاريخى، منهج دراسة الحالة، المنهج المقارن، واختار شهر رمضان 1406هـ لدراسة المسلسلات العربية التي عرضتها القناة الأولى، كذلك اختار دورة أكتوبر 1985م ودورة أكتوبر 1986م بهدف إجراء مقارنة بين نتائج الدوريتين.

وتشير نتائج دراسته إلى تفاوت ترتيب القيم الأخلاقية في مضمون المسلسلات حيث تأتى قيمة الوفاء في الترتيب الأول بنسبة 20.83 % لدورة أكتوبر 1985 بينما جاءت قيمة الصبر في الترتيب الأول بنسبة 13.51 %

لدورة أكتوبر 1986 في حين جاءت قيمتا الصدق والشجاعة في نفس الترتيب بنسبة 11.05 % لشهر رمضان ١٤٠٦ هـ وجاءت قيمتا الصدقة والإيثار في نهاية قائمة القيم الأخلاقية للدورات الثلاث.

علمًا بأنه حدد القيم الأخلاقية في الآتي: قيمة الحفاظ على الحياة، الحلم، العفو، الوفاء، الصدق، العزة و الكرامة، الشجاعة، الصبر، العفة، التواضع، الأمانة، الرحمة، القناعة، الصدقة، الكرم، الإيثار.

في حين قامت " هناء السيد محمد"، (١٩٩٠)^{lxxxiii} بدراسة عنوانها كتب رياض الأطفال والتنشئة القيمية للطفل المصري بهدف التعرف على طبيعة الكتب المقررة على دور رياض الأطفال ومدى ملاءمتها لمتطلبات واحتياجات طفل ما قبل المدرسة، كما تهدف للكشف عن مجموعة المعارف والقيم التي تسعى هذه الكتب إلى غرسها لدى الأطفال؛ أي نوعية المضمون القيمي، واتبعت الباحثة أسلوب تحليل المضمون ومنهج المسح الشامل للعينة.

وتمثلت عينة الدراسة في عينتين:

١. كتب الفرقة الثانية من رياض الأطفال والتي شملت (كتاب التربية الدينية الإسلامية- كتاب اللغة العربية - كتاب الفن لرياض الأطفال) وقامت الباحثة بتحليل مضمونهم.

٢. معلمات الفرقة الثانية في روضتين بمدينة الزقازيق وبلغ عددهن عشرين معلمة أجرت الباحثة معهن مقابلات مقننة وطبقت عليهن صحيفة استبيان.

وتوصلت الدراسة إلى أن كتاب التربية الدينية الإسلامية يقدم مجموعة من القيم وهي (حب الوالدين - التضحية - التعاون - النظام النظافة) في حين يقدم كتاب اللغة العربية قيم أخرى جاء على رأسها القيم التالية (النظام - النظافة - الصبر - العمل) وقد لاحظت الباحثة غياب قيمة التعاون وهي قيمة يتطلبها طفل

هذه المرحلة كما أفرط الكتاب في الترويج للقيم الفردية التي من شأنها الاضرار بمسيرة المجتمع، وحمل كتاب الفن لرياض الأطفال بعض القيم منها (النظام النظافة - التعاون - الصدق - المحافظة على الشيء) وقد أظهر التحليل أن هذا الكتاب في مجمله يقدم رؤى طبقية معينة فالعديد من الصور والرسوم التي يتضمنها غير مألوفة في بيئة الطفل و فوق مستوى إدراكه.

وحول الظروف التي يتعامل فيها طفل الروضة مع الكتاب ودور المعلمة في توصيل المضامين التي يحملها الكتاب - ظهرت مجموعة من السلبيات التي تحد من تأثير كتاب الطفل ودورة في التنشئة القيمية.

دراسة أخرى قام بها " أحمد عبد الله إسماعيل" (١٩٩٠) للتعرف على ما تتضمنه برامج الأطفال في الإذاعة والتلفزيون من قيم تربوية لأطفال المرحلة العمرية من ٦ إلى ١٢ سنة، وتحديد هذه القيم وترتيبها حسب تكرارها في المضمون المقدم للطفل، ومعرفة المساحة المخصصة لكل قيمة من القيم، وتقويم مدى مناسبة القيم التربوية لأطفال هذه المرحلة العمرية.

في إطار ذلك قام الباحث بتحديد البرامج التي تناسب المرحلة العمرية من ٦ إلى ١٢ سنة، ثم قام بتحليل مضمون دورة إذاعية من برامج الأطفال في كل من الراديو البرنامج العام والتلفزيون القناة الأولى وذلك باستخدام استمارة تحليل المضمون، كما سحب عينة من القائمين بالاتصال في برامج الأطفال وتم تطبيق استبيان القيم التربوية عليهم للحصول على بيانات تتعلق بالدراسة.

وتوصل إلى أن هناك قيماً وردت بالدليل التربوي للقيم قد أغفلت تماماً ولم تظهر عند التحليل الخاص ببرامج الأطفال التلفزيونية وهي (الحب، الطاعة، النظام، الصداقة، الاستقلال، التواصل، الكرم، تقدير الواجب، التسامح، الواقعية، القناعة، المحافظة على المال العام، الأمل)، وبذلك حصلت هذه القيم على القيمة الصفرية وقد أدى ذلك إلى عدم وجود تكامل داخلي للبرنامج

التلفزيونى من حيث القيم التربوية وهذا في برنامج مواهب.

علمًا بأن هذا الباحث قصد بالقيم الأخلاقية القيم التي تشبع الجانب الخلقى وهى (الصدق، الصبر، التواضع، الوفاء، التسامح، الطاعة، الاعتزاز بالنفس، الكرم) و الزمن الذي شغلته القيم التربوية في برامج الأطفال بلغ نسبة تمثل ٧,٦٥ % من إجمالي المساحة الزمنية التي خضعت للدراسة التحليلية وإجمالي تكرار القيمة الصريحة والضمنية في برامج الأطفال المعنية بالدراسة وصل إلى (1938) تكرارًا و أعلى تكرار حظيت به القيم، تمثل في قيم (العلم، النجاح، الجمال، الانتماء، الإيمان، المحافظة على الصحة).

أيضًا هناك دراسة تحليلية مقارنة قامت بها " ليلي حسين محمد"، (١٩٩٠) بعنوان القيم التي تعكسها الإعلانات في تلفزيون كل من جمهورية مصر العربية وسلطنة عمان ، بهدف استكشاف القيم التي تعكسها الاعلانات وعلاقة هذه القيم بمجموعة من المتغيرات تشمل نوع الإعلانات و الاستمالات المستخدمة فيها والجمهور المستهدف ومتوسط الزمن المخصص للإعلان والقوالب الفنية التي تستخدم في تقديمها وطبيعة الصورة المستخدمة وطبيعة الأداء الصوتى والبيئة التي تظهر في الإعلانات والأدوار التي تستخدم في إبرازها والمستوى اللغوى المستخدم واستعانت الباحثة بأسلوب تحليل المحتوى كما استخدمت أسلوب الحصر الشامل للإعلانات التي تقدمها القناة الأولى بتلفزيون كل من جمهورية مصر العربية وسلطنة عمان وذلك خلال دورة تلفزيونية كاملة من أول يناير حتى آخر مارس ١٩٨٩ م و بلغ عدد الإعلانات الخاضعة للتحليل في القناة الأولى بالتلفزيون المصري ٥٨٨ إعلانًا شغلت حوالي ٢٩٧ دقيقة مقابل ١١٤ إعلانًا في تلفزيون سلطنة عمان شغلت حوالي ١٠١ دقيقة، وقد وجدت الباحثة فروقًا ذات دالة إحصائية بين القيم التي تعكسها الإعلانات في كل من القناة الأولى بالتلفزيون المصري و تلفزيون سلطنة

عمان، حيث تصدرت قيمة الإثارة الجنسية قائمة القيم التي عكستها الإعلانات المصرية وذلك بنسبة ٢١,٠١ % تليها قيمة جذب الجنس الآخر ثم تليها قيمة التسلية والإمتاع بنسبة ١٨,٤ %، وفي المقابل تصدرت القيم التي تعكسها الإعلانات في تلفزيون سلطنة عمان إثارة غريزة الطعام والشراب حيث بلغت نسبتها 21.9 % تليها قيمة الحماية والأمان بنسبة ١٩,٣ % وتليها قيمة النجاح و التفوق.

تاسعاً : أسس اختيار برامج التلفزيون الموجهة للطفل:

أن برنامج الأطفال الجيد، هو الذي يشبع شيئاً من خيالات الأطفال، ويجعلهم أكثر إحاطة ببيئتهم و عالمهم الذي يعيشون فيه و يفضل أن يلتزم البرنامج بمجموعة من الأسس منها^{lxxxiv} :

١. أن يتسع البرنامج لألوان أدب الأطفال المناسبة للتلفزيون، وأن تراعى فيه الخصائص الفنية لكل لون أدبي، نسبة إلى إمكانيات التلفزيون.

٢. أن تستخدم إمكانيات التلفزيون بشكل فني، بما يتفق ومراحل نمو الطفولة ؛ كاستخدام المؤثرات البصرية، والحيل السينمائية، وأن تشيع الحركة والحيوية في البرنامج كله.

٣. أن تستخدم اللغة العربية الفصحى المبسطة، التي تناسب قدرات الأطفال اللغوية، و ألا تستخدم اللهجة المحلية إلا في أضيق الحدود.

٤. أن تتخذ البرامج لها خطأً فكرياً واضحاً، وأن تبعد عن أسلوب الحشو.

٥. أن تنتقى الموضوعات الخيالية بحذر ودقة؛ لتنمية ملكة الخيال التكويني لدى الأطفال، بما لا يتيح المجال للجنوح إلى مستوى التوهم، والخيال الهدام.

٦. أن لا تكون الإثارة - التي ينبغي أن تتميز بها البرامج - على حساب استدراك انتباه الأطفال، واجتذابهم إلى مستوى الانقياد.

٧. أن يتم الابتعاد عن الأسلوب الخطابي والتعليمي، ويقتضى هذا أن يكون هناك لونا من البرامج على الأقل؛ لون للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ٣ - ٦ سنوات، ولون آخر لمن هم بين ٦ - ١٢ سنة.

عاشراً : طرق استخدام التليفزيون في دور الحضانة ورياض الأطفال:

للتليفزيون في دور الحضانة ورياض الأطفال أثراً بالغ الأهمية، إذا ما أحسن استخدامه بطريقة علمية سليمة، ليتلاءم مع أطفال هذه المرحلة، من حيث ما يقدم من برامج، تعمل على نمو اتجاهات إيجابية لدى الأطفال، إذ أن الطفل في هذه المرحلة يكون في مرحلة التكوين والتشئة، كما أشار إلى ذلك علماء النفس وهناك مجموعة قواعد ينبغي مراعاتها عند استخدام برامج التليفزيون في مؤسسات ما قبل المدرسة^{lxxxv}، وهي:

١. ينبغي أن يكون العاملون، في ميدان برامج الأطفال عموماً مؤهلين لعملهم، سواء أكانوا كتاباً أم مخرجين أم ممثلين أو مقدمين أم فنانين؛ ويقتضى هذا أن يكونوا على بيئة من سيكولوجية الطفل، وحاجته، وميوله.

٢. مراعاة الشمول في برامج الأطفال، بحيث تحقق ثقافة عامة للأطفال، في جميع المجالات؛ لتعمل على نمو شامل ومتكامل للطفل، وتدريبهم على التفكير الإبداعي.

٣. ينبغي أن يكون مقدمو البرامج على درجة عالية من الثقافة، واللياقة، والقدرة على التحدث بسلاسة، وأن يكون لهم علاقات حميمة بينهم وبين الأطفال.

٤. أن يتصف من يختارون لتقديم برامج الأطفال ممن يتحلون بالصبر والحلم، وأن لا يكونوا ممن يحبون الشهرة؛ لأن ذلك من الصفات الأساسية لنجاح مقدم برامج الأطفال.

حادي عشر: ملامح واقع طفل ما قبل المدرسة :

قامت "ميادة محمد الباسل"، (١٩٨٧) بدراسة من أجل التعرف على فعالية دور الحضانة ومدارسها في تحقيق أهدافها التربوية عن طريق المنهج الوصفي، كما تهدف لدراسة تطور الفكر التربوي وأثره في تربية الطفل وذلك باستخدام المنهج التاريخي، وقد استخدمت الباحثة صحيفة استبيان موجهة للمديرات والمشرفات في دور الحضانة، واستهدفت هذه الدراسة مسح الواقع الحالي لدور الحضانة ومدارسها في محافظة دمياط للكشف عن مدى تحقيقها للأهداف التربوية المحددة لها، والكشف عن المشكلات الأساسية التي تعوق دور الحضانة ومدارسها عن تحقيق أهدافها التربوية، وضع بعض الأسس التربوية لزيادة فعالية دور الحضانة ومدارسها في تحقيق أهدافها التربوية.

وجاءت أهم نتائج الدراسة كالآتي: لا تقوم مدارس الحضانة برعاية الأطفال وتنميتهم روحياً وعقلياً واجتماعياً إلا بنسبة ٤٥ %، أيضاً لا يتوفر بمدارس الحضانة الرعاية الصحية السليمة للأطفال ولا توجه انفعالاتهم توجيهاً سليماً يتناسب مع المواقف التي يتعرضون لها إلا بنسبة ٤٧ %، كما أن دور الحضانة لا تشبع رغبات الأطفال في الحركة واللعب إلا بنسبة منخفضة، وبصفة عامة وجد قصور لدى دور الحضانة ومدارسها في تحقيق الأهداف التربوية المحددة لها.

دراسة "عبد الناصر سلامة محمد"، (١٩٩٢) تهدف إلى معرفة المضامين القيمية في قصص أطفال ما قبل المدرسة، وحاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:

١. ما القيم التربوية المناسبة و اللازمة لأطفال ما قبل المدرسة من إلى سنوات؟

٢. ما أنواع القصص التي يستمع إليها الأطفال في مدينتي المنيا والزقازيق والتي يحبون أن يحكوا قصصهم عنها؟

٣. ما القيم التربوية الشائعة وغير الشائعة في قصص الأطفال عينة الدراسة وما مدى تأكيد هذه القيم فيها؟

٤. ما التصور المقترح لاستثمار القصص في تقديم القيم التربوية غير الشائعة والواجب توافرها في قصص أطفال ما قبل المدرسة من إلى سنوات؟

وتمثلت عينة الدراسة في (١٢٠) قصة حكاها (١٢٠) طفلاً وطفلة اختيروا عشوائياً بالتساوى بين المدينتين المنيا والزقازيق، واستخدم الباحث صحيفة استبيان تحديد القيم التربوية اللازمة والمناسبة لأطفال ما قبل المدرسة (٥ - ٦) سنوات وتحديد مضامينها القيمية، ثم قام ببناء استمارة تحليل مضمون في ضوء قائمة القيم التربوية، ثم بطاقة رصد قصص الأطفال لتحويل المادة الشفهية إلى مادة مكتوبة، وتوصلت الدراسة إلى أن القيم الأخلاقية التي اتفق جمع من الخبراء على أهميتها لم تمثل في حكايات الأطفال بالقدر الكافي حيث تمثلت في ١٢,٣٨% من مجموع القيم المحللة، رغم أهميتها لطفل ما قبل المدرسة، أيضاً لا تختلف مصادر سماع القصص لدى الأطفال عينة الدراسة الكلية باختلاف البيئة، وما زالت القصص المقدمة للأطفال قاصرة على إشباع حاجاتهم الانفعالية كالحاجة إلى السعادة و المرح، محبة الآخرين، الرحمة، كما وردت المضامين القيمية في حكايات الأطفال بشكل مباشر أكثر منه ضمناً.

كما قامت "سهير أحمد محمد"، (١٩٩٣) بدراسة هدفت التعرف على أثر

دور الحضانة في إكساب الطفل بعض القيم والبحث عن مدى اختلاف الأطفال الذين التحقوا بدور الحضانة عن الأطفال الذين لم يلتحقوا بها في إكسابهم بعض القيم المرغوب فيها اجتماعيًا وهي (التعاون - النظام - النظافة - الصدق) مع الوضع في الاعتبار اختلاف جنس الأطفال (ذكور إناث) واختلاف المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأسر هؤلاء الأطفال، حيث اقتصرَت الدراسة على بعض القيم المرغوب إكسابها للطفل طبقاً لما ورد باللائحة التنفيذية للقانون رقم (٥٠) لسنة ١٩٧٧، والذي ينص على ضرورة إكساب الطفل قيماً اجتماعية تربوية وهي (التعاون - النظام - النظافة - الصدق)، و اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي و استخدمت الأدوات الآتية: اختبار رسم الرجل لقياس ذكاء الأطفال - استمارة المستوى الاجتماعي والاقتصادي - صحيفة استبيان للتعرف على الأداءات السلوكية لقيم طفل ما قبل المدرسة - مقياس قيم طفل ما قبل المدرسة بهدف قياس مدى اكتساب الطفل للقيم.

وجاء الترتيب الهرمي للقيم لدى كل الأطفال على النحو التالي:

(قيمة الصدق، النظام، النظافة، التعاون)، كما أن اكتساب الأطفال للقيم يختلف بين الأطفال الذين التحقوا بدور الحضانة والذين لم يلتحقوا، وكان الرجحان لصالح الأطفال الذين التحقوا بدور الحضانة، كذلك اختلفت نسبة اكتساب القيم الأربعة بين الأطفال باختلاف الجنس، وكذلك باختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي (مرتفع - منخفض)، مما يؤكد أهمية دور الحضانة وفلسفتها التي تستهدف خلق مواطن صالح يتميز بقيم مرغوب فيها.

في حين دارت دراسة "بربارا" Barbara، (١٩٩٣م)^{lxxxvi} حول تأثير التليفزيون على أطفال ما قبل المدرسة وكانت بعنوان تقييم تليفزيون الأطفال، حيث قامت بدراسة بعض برامج الأطفال الشهيرة لدى الأطفال بما فيها برامج الكارتون، تمثلت العينة في مساحة كبيرة من برامج التليفزيون المذاعة

والموجهة للأطفال وطبقت الدراسة على (٦٠) مفردة من الآباء والأمهات لأطفال ما قبل المدرسة، بهدف البحث عن سلبيات وإيجابيات هذه البرامج من وجهة نظرهم بالإضافة إلى ذلك قام الباحث بمشاهدة هذه البرامج بمصاحبة أطفال ما قبل المدرسة، وتوصلت إلى أن التليفزيون لا ينمى قيم العائلة، وأنه يعرض نماذج غير مرغوبة من السلوك الاجتماعي لصغار الأطفال وأن الوقت الذي يقضيه الأطفال أمام التليفزيون من الأفضل أن يقضوه في نشاطات أخرى أكثر فائدة وأنه يمكن للوالدين أن يختاروا البرامج بعناية ويستخدموا جهاز الفيديو في تسجيل وعرض برامج تحمل قيم إيجابية، مشاهدة الآباء للتليفزيون مع الأطفال تستغرق وقتاً ومجهوداً إضافياً ولكن هذا مهم، حيث يجب على الوالدين أن يأخذوا تأثير التليفزيون على الأطفال بجدية تامة، وأن يقوموا بمناقشة أطفالهم حول ما يشاهدونه.

أما في مصر فقد قامت "عفاف إسماعيل خير الله"، (١٩٩٤ م) ^{lxxxvii} بدراسة بهدف التعرف على مدى إشباع بيئة رياض الأطفال لبعض الحاجات النفسية للأطفال، والتعرف على اختلاف الحاجات النفسية عند الأطفال باختلاف الجنس - والتعرف على ترتيب الحاجات النفسية من حيث شدتها عند الأطفال الملتحقين وغير الملتحقين برياض الأطفال.

وتمثلت الحاجات النفسية في (الحاجة للصداقة و الانتماء، الحاجة إلى التقدير الاجتماعي، الحاجة إلى النجاح والحرية و الاستقلال، الحاجة إلى تحمل المسؤولية، الحاجة إلى الطمأنينة والأمن النفسي، الحاجة إلى الحب و العطف، الحاجة إلى اللعب).

وقامت الباحثة باختيار عينة الدراسة عشوائية من الأطفال ما بين عمر (٥ إلى ٦) سنوات، بلغ عددهم (٢٤٩) طفلاً وطفلة من محافظة الفيوم، و تضمنت مجموعتين من الأطفال: المجموعة الأولى الأطفال الملتحقين برياض الأطفال،

المجموعة الثانية الأطفال غير الملتحقين برياض الأطفال. و اشتملت أدوات الدراسة على:

(أ) أدوات سيكومترية: مقياس ملاحظة سلوك الأطفال - استمارة مستوى اقتصادى واجتماعي.

(ب) أدوات إكلينيكية تحتوى علي : اختبار تفهم الموضوع للأطفال C.A.T. ، ودراسة الحالة، و المقابلة الشخصية.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الأطفال الملتحقين برياض الأطفال في الحاجات النفسية وهي (الصدقة و الانتماء، التقدير الاجتماعي، النجاح والحرية و الاستقلال، تحمل المسؤولية، الطمأنينة والأمن النفسي، الحب والعطف) وبين متوسط الدرجات التي حصل عليها الأطفال غير الملتحقين برياض الأطفال لصالح الأطفال الملتحقين برياض الأطفال. كما أثبتت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الإناث الملتحقات وغير الملتحقات بالنسبة للحاجة إلى الطمأنينة والأمن النفسي في حين توجد فروق بينهن في باقى الحاجات النفسية الأخرى.

وترتيب الحاجات النفسية يختلف عند الأطفال الملتحقين برياض الأطفال عنه عند الأطفال غير الملتحقين بها إلا في الحاجة إلى الحرية والاستقلال، فقد جاء في المركز السادس للمجموعتين، اختلف ترتيب الحاجات النفسية بين الإناث الملتحقات وغير الملتحقات، كما اختلف ترتيب الحاجات النفسية بين الذكور الملتحقين وغير الملتحقين عدا الحاجة للصدقة والانتماء فلقد احتلت المركز الأول في المجموعتين.

(000) (000)

قائمة مراجع الفصل الأول:

- ⁱ (طلعت ذكرى مينا. التلفزيون في حياة أطفالنا، القاهرة: مكتبة المحبة، ١٩٨٨، ص ١٠٣.
- ⁱⁱ و - باجيرونا، تشيرنا ديسيك، ز. ميكاليك. التلفزيون والأطفال، ترجمة أديب خضور، دمشق: المكتبة الإعلامية، ١٩٩٦، ص ص ٥١ - ٦٨.
- ⁱⁱⁱ أحمد محمد الزيادي، محمد عبد الله عودة، إبراهيم ياسين الخطيب. أثر وسائل الإعلام على الطفل، القاهرة: بدون ناشر، ١٩٨٩، ص ٣٣.
- ^{iv} ناهد رمزي. الأطفال بين برامجهم الخاصة وبرامج الكبار في التلفزيون، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٠، ص ٤٩.
- ^v محمد معوض نصر. سينما الأطفال وعلاقتها بالجانب المعرفي والاجتماعي للطفل المصري، مجلة الفن الإذاعي، العدد ١١٨، القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ١٩٨٨، ص ٩.
- ^{vi} طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ص ٥٠ - ٥١.
- ^{vii} أحمد محمد الزيادي وآخرون، مرجع سابق، ص ٣٤.
- ^{viii} طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ٤٢.
- ^{ix} MCGRATH - JAMS - THOMAS: A Study of Barental Awareness of The Use of television and Influence on Elementary School Children Education-Reading, 1981. Vol. 42. P.97
- ^x Rouner - Donna Lea: Individual and Environmental Determinants of Television Viewing Behavior, Mass Communication, 1983. Vol.44, P.195
- ^{xi} Choat Ernest, "Children, Television and Learning in Nursery and Infants'

Schools", Paper Presented at The International Television Studies Conference (London, England, July 10- 12 - 1986),
England United Kingdom.

xii هناء السيد محمد .التلفزيون والتثنية الثقافية لطفل الرياض بالريف، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٣).

xiii Peacocke, Rosemary W. : "The School Without Walls, A Nursery School of the Air", Paper Presented at the European Conference on the quality of Early Childhood Education (5th, Paris, France, September 7 - 9, 1995), England, United Kingdom, 1995.P.6

Pasquier, Dominique, "Teen Series Reception: Television, Addescence and Culture of Feelings", *Childhood: A Global - Journal of Child Research*; V. 3, N. 3, Aug, 1996, P. 35 - 73.

xv ويلبور شرام وآخرون . التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة: زكريا سيد حسن، القاهرة: دار التأليف، ١٩٦٥، ص ص ١٠٧ - ١١٠.

xvi مظفر مندوب. التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي، سلسلة دراسات، رقم (٣٤١)، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، ١٩٨٣، ص ص ٨٧ ، ٨٨.

xvii طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ١٠٨.

xviii Barrie Gunter and Jill. MC Aleer: **Children And Television, The one eyed Monster?** (London and New York: Laer Script Limited Mitcham Surrey, 1990, P. 6.

xix طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ١٠٣.

xx ويلبور شرام وآخرون، مرجع سابق، ص ص ١٠٤ - ١٠٧.

xxi مروان كچك. الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر، ١٩٨٦، ص ١٨٨.

xxii طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ١١٠.

xxiii مظفر مندوب، مرجع سابق ، ص ١١٨.

xxiv حسن شحاته. التلفزيون والمجتمع، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩١، ص ١١١.

- xxv طلعت نكري مينا، مرجع سابق، ص ١١٥.
- xxvi Cy Schneider, *Children's Television, the Art, Business, and How it works* (U.S.A Incoln Wood, 1975) p 81.
- xxvii طلعت نكري مينا، مرجع سابق، ص ١١٦.
- xxviii نفس المرجع السابق، ص ١١٧.
- xxix عبد الفتاح أبو المعال. أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط١، عمان: دار الشروق، ١٩٩٠، ص ٦٣.
- xxx Anderson, - Daniel - R.collins, - Patricia - A., *The Impact on Children's Education: Televisions Influnc on Cognitive Development Working Paper : Massachusetts Univ., Amherst - of Columbia, 1988,p 217.*
- xxxi Cy Schneider, *Op Cit*, p. 81.
- xxxii Grant Nobel, *Children In Front of Small Screen California; Littlefield Adams,1964) p82.*
- Barrie Gunter and Jill, *Op Cit*, p. 49.
- xxxiii Rubin - Alan M; *Development Changes in Children's Television viewing Behaviors and Attitudes. Paper Presented at the Annual Meeting of the Speech Communication Association* (th., Louisville, Ky, November 4 - 7,1982) U.S.A, Ohio.
- xxxiv Scholl, Kathleen: *Four young Children Construct Reality: Television Watching in the Home* (Research Prepared at Indiana University, U.S.A Mania. 1981).
- xxxv Pingree, Szanna, and Others: *Another Look at Children's Comprehension of Television Communication –Research:- An International - Quarterly , (Vol.11, n.4, Oct.,1984) Pp 477- 496.*
- xxxvi أحمد محمد الزیادی وآخرون، مرجع سابق، ص ٣٤.
- xxxvii Blosser, Betsy - J. Roberts, Donald - F: *Age Differences in*

Children's Perception of Message Intent: An Exploratory Study - Paper Presented at the annual Meeting of International communication

Association (35th., Hondulu , H1 , May 23-27-1985) U.S.A – Illinois

Daling, Peng, And - Others: Children's Attention to and ^{xxxviii}

Comprehension on Television. Development - Psychology, (Vol. 31 n5

p.73 - 80 Sep., 1995) pp 71-83

^{xxxix} عاطف عدلى العبد. علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال، القاهرة: الهيئة المصرية

العامة للكتاب، ١٩٨٨، ص ٣٤، ٣٥.

^{xl} اتحاد الإذاعة والتلفزيون الخطة الإعلامية لعام ١٩٩٨/٩٧، القاهرة اتحاد الإذاعة

والتلفزيون، ١٩٩٧، ص ١٥٤.

^{xli} نفس المرجع السابق، ص ص ١٥٣ – ١٧٥.

^{xlii} اتحاد الإذاعة والتلفزيون . الخطة الإعلامية لعام ١٩٩٧/٩٦، القاهرة الإدارة العامة

للسياسات والخطط، يوليو ١٩٩٦، ص ٨٠.

^{xliii} طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ص ٧١ - ٧٢.

^{xliv} هناء السيد محمد، مرجع سابق، ١٩٩٣.

^{xlv} حسين على حسن الفلاحى. برامج الأطفال في تلفزيون الجمهورية العربية اليمنية - دراسة

تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة،

١٩٩١).

^{xlvi} طه محمد بركات. دور الإعلام الإذاعي في التنشئة الاجتماعية للأطفال في مرحلة التعليم

الأساسي، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة،

١٩٩١).

^{xlvi} حسن على محمد. البرامج المستوردة الموجهة للأطفال في التلفزيون المصري، رسالة

دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٢).

^{xlvi} عاطف عدلى العبد. دور التلفزيون في إمداد الطفل المصري بالمعلومات، رسالة دكتوراه

غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٤).

xlix محمود حسن إسماعيل. نشرات الأخبار في التلفزيون المصري والتنشئة السياسية للمراهقين دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩١).

^l السيد بهنسى حسن. وسائل الإعلام المحلية ودورها في تزويد الطفل المصري بالمعلومات، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٨٩).

li عالية إسكندر. أثر التلفزيون على التربية الخلقية للأطفال، ط ١، السعودية: بدون ناشر، ١٩٩٠، ص ٢٣.

lii طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ٦٦.

liii انشراح الشال. دور التلفزيون المصري في معرفة الأطفال للوقت كحاجة من الحاجات الأساسية، دراسات في علم الاجتماع الإعلامي، الدراسة الثانية، القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٥، ص ٩٩.

liv صفاء عطية عبد الدايم. برامج الأطفال في تلفزيون القناة الإقليمي ودورها المعرفي الاجتماعي للطفل في مدن القناة من ٦ - ١٢ سنة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، ١٩٩٢).

lv عالية إسكندر، مرجع سابق، ص ٢٣.

lvi وباجيروننا وآخرين، مرجع سابق، ص ٦٢.

lvii اتحاد الإذاعة والتلفزيون بالاشتراك مع مركز بحوث الرأي العام. اتجاهات الرأي العام، بحث ميداني (جامعة القاهرة: مركز بحوث الرأي العام، ١٩٨٥، ص ٤١).

lviii طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ص ٦٧ - ٦٩.

lix محمد صلاح الدين فتحى. برامج التلفزيون المصري للأطفال في ضوء متطلبات نمو طفل ما قبل المدرسة الابتدائية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية البنات، ١٩٨٢).

lx Swan, - Karen, "Saturday Morning Cartoons and Children's Perceptions of the Annual Meeting of the American Education Research Association

(San Francisco, CA, April 18 -22, 1995), U.S; New York, 1995,P.27

lxi طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ص ٧٣ - ٧٥.

lxii أحمد محمد الزياى وأخرون، مرجع سابق، ص ٣٦، ٣٧.

- lxiii ليلي كرم الدين. "كيف يمكن لبرامج الأطفال تحقيق الحاجات النفسية للأطفال المصريين والعمل على تنميتهم"، ورقة بحث مقدمة في ورشة عمل مركز دراسات الطفولة بجامعة عين شمس، ومؤسسة هانس زايدل حول برامج الأطفال في التلفزيون المصري وتحديات القرن الحادي والعشرين في ٤ مايو، ١٩٩٨.
- lxiv المرجع السابق، ص ٢٠، ٢١.
- lxv طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ص ١٢٤ - ١٢٥.
- lxvi محمد نصر معوض، مرجع سابق، ١٩٨٨، ص ٣٤٥.
- lxvii طلعت ذكرى مينا، مرجع سابق، ص ٦٥.
- lxviii سهير أحمد محمد. أثر دور الحضانة في إكساب الطفل بعض القيم، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية التربية الفيوم، ١٩٩٣) ص ٤٦، ٤٧.
- lxix سعدية محمد بهادر. المرجع في برامج تربية طفل ما قبل المدرسة، القاهرة: مطبعة المدنى، ١٩٩٥، ص ٢٥.
- lxx المرجع السابق، ص ٣٠.
- lxxi ميادة محمد الباسل. فعالية دور الحضانة في تحقيق أهدافها التربوية - رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية التربية، ١٩٨٧) ص ٢١٤.
- lxxii سهير أحمد محمد. مرجع سابق، ١٩٩٣.
- lxxiii أمل حسن حرات. تنمية القيم الأخلاقية لدى أطفال مؤسسات ما قبل المدرسة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية، ١٩٩٠).
- lxxiv هناء السيد محمد. كتب رياض الأطفال والتنشئة القيمية للطفل المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٠).
- lxxv MECCA - MARLIY - ELCHHORN: A content Analysis of Four Selected Second - Grade Basal Readers for Universal, Moral Vales, 1989. Vol.50, N.176
- lxxvi عبد الناصر سلامة محمد . المضامين القيمية في قصص أطفال ما قبل المدرسة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا: كلية التربية، ١٩٩٢).
- lxxvii سعدية محمد أحمد. القيم الخلقية والاجتماعية في بعض المسلسلات العربية التلفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية البنات، ١٩٩٢).

lxxviii صابر سليمان عسران. القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربى في التلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٧).

lxxix أحمد عبد الله إسماعيل. القيم التربوية الموجهة للطفل المصري من خلال الراديو والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٠).

lxxx ليلي حسين محمد. القيم التي تعكسها الإعلانات في تلفزيون كل من جمهورية مصر العربية وسلطنة عمان (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٠).

lxxxi طه محمد بركات. مرجع سابق.

lxxxii إيمان السعيد محمد. دور مجلات الأطفال في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٣).

lxxxiii هناء السيد محمد، مرجع سابق، ١٩٩٠.

lxxxiv أحمد محمد الزياى وآخرون، مرجع سابق، ص ٣٥، ٣٦.

lxxxv نفس المرجع السابق، ص ٤٩.

lxxxvi Berson, Barbara, "An Evaluation of Children's Television ", U.S; Indiana, 1993.

lxxxvii عفاف إسماعيل خير الله. الحاجات النفسية للأطفال الملتحقين وغير الملتحقين برياض الأطفال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية تربية الفيوم، ١٩٩٤).

الفصل الثاني

" القيم الأخلاقية "

أولاً : بعض المفاهيم المرتبطة بالقيم.

ثانياً : مفهوم القيم.

ثالثاً : تصنيف القيم.

رابعاً : خصائص القيم.

خامساً : القيم الأخلاقية.

سادساً : خصائص القيم الأخلاقية.

سابعاً : مصدر القيم الأخلاقية.

ثامناً : أهم القضايا النظرية و المنهجية المستخلصة من واقع الدراسات السابقة.

تاسعاً : الحاجة إلى دراسة تحليلية لمحتوى برامج الأطفال، أهميتها وتساؤلاتها.

عاشراً : مدخل لدراسة القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري.

*** **

تعد مناقشة علاقة القيم ببعض المفاهيم الأخرى، أمر ضروري؛ نظراً لأن مفهوم القيمة، يستخدم في كثير من الأحيان، متداخلاً مع بعض المفاهيم المختلفة؛ وعليه يصبح من الضروري، التمييز بين مفهوم القيمة و غيره من المفاهيم، التي عادة ما يختلط بها؛ حيث يربط بعض الباحثين القيم بالحاجات، والسمات، والرغبات، والأغراض، والأهداف، والغايات، والعواطف، والاهتمامات والميول، هذا ويوجد اهتمام من بعض الباحثين بحصر الفروق الدقيقة بين القيم والمفاهيم الأخرى، فهم لم ينكروا الصلة الوثيقة بين القيم وهذه المفاهيم، ويعبر "أوبنهم" عن العلاقة بين مفهوم القيم والمفاهيم الأخرى؛ بأنه لا يمكن فهم القيم بغير تناول بناء الشخصية ويرى أن الشخصية تتكون من النواة الأصلية تغلفها القيم، ثم الاتجاهات، ثم المعتقدات^{lxxxvii}، ولكي يتم إيضاح ذلك الفرق، لابد من التعرض لمعنى المصطلحات الآتية؛ وهي الاتجاهات، العادات، الأعراف الاجتماعية، التقاليد، السلوك، المعتقدات، وسيكون ذلك بإيجاز شديد، يستتبع هذا عرضاً لتصنيف القيم؛ بهدف التعرف على موقع القيم الأخلاقية بهذا التصنيف، ويليه عرض لخصائص القيم، ثم تعريف القيم الأخلاقية، ومفهومها، وخصائصها، ومصادرها.

أولاً المفاهيم المرتبطة بالقيم:

أ) الاتجاهات:

تتفق القيم و الاتجاهات في أنهما يلعبان دوراً هاماً في تكوين الشخصية، كما يتفقان في أنهما يعتبران دوافع للسلوك؛ حيث أن العناصر التكوينية للقيم هي نفسها العناصر التكوينية للاتجاه؛ وهي : المعرفة والانفعالية والنزوعية. وهناك ثمة علاقة وثيقة جداً بين الاتجاهات والقيم؛ هي التي جعلت بعض الباحثين خلطوا بين مصطلح القيم ومصطلح الاتجاهات.

ولذا كان من الواجب إيضاح الفرق بين كل من المصطلحين؛ لأن بينهما فرقاً يجعل من الخطأ اعتقاد البعض بإمكانية المساواة بينهما، واستخدام أحدهما مكان الآخر.

فمثلاً نجد "روز" عرف القيمة بأنها اتجاه يعقد بواسطة الفرد أو الجماعة، نحو موضوع مادي أو غير مادي، حقيقى أو خيالى مثل هذا الشيء قدر على أنه يستحق الاختيار؛ ولهذا فإنه في علاقته بالذين يتمسكون به يكون للقيمة صفة الأمر أو الواجب^{lxxxvii}.

أيضاً اعتبر "بوجارس" أن القيم والاتجاهات وجهان لعملة واحدة وأشار "بروشافسكى وسيدنبرج" إلى أنه يمكن أن تتحول الاتجاهات إلى قيم بعملية الاستدخال، أيضاً "توماس و زنانيكى" ربطا بين مفهوم القيمة ومفهوم الاتجاه، فالاتجاه عندهما قطع فردي من القيم، وما يربطهما معاً هو النشاط والفاعلية^{lxxxvii}. في حين يرى البعض أن القيم هي: الاتجاهات في صورتها العامة و الاتجاهات هي: قيم تتعلق بموضوعات محدودة^{lxxxvii}.

أو أن القيم بؤرة، يتجمع حولها مجموعة من الاتجاهات المترابطة، وأن هناك قيماً أساسية تقوم بوظيفتها، على إنها إطار مرجعى مشترك في كثير من المواقف؛ وبذلك تستطيع أن تجمع وتربط بين الاتجاهات المختلفة، في نظام متكامل؛ وعلى هذا الأساس يتكون للفرد نظام قيمى معين^{lxxxvii}.

نستخلص من ذلك أن القيم أعم وأشمل من الاتجاهات إذ تشكل مجموعة الاتجاهات فيما بينها علاقة قوية؛ لتكوين قيمة معينة كما أن الفرق بين القيم والاتجاهات هو: الفرق بين العام والخاص؛ حيث تقف القيم محددات لاتجاهات الفرد، فهي عبارة عن تجريدات وتعميمات، تتضح من خلال تعبير الأفراد عن اتجاهاتهم، حيال موضوعات محددة، فالقيم عبارة عن اتجاهات شاملة، تمتد لتشمل: الحوافز، والدوافع، والاتجاهات^{lxxxvii}، وعلى ذلك فإن كل قيمة قد

تشتمل على اتجاه، بينما الاتجاه لا يلزم أن يشتمل على قيمة، أو أن الاتجاه أحد مكونات القيمة، في حين أن القيمة لا يمكن أن تكون اتجاهًا؛ ولهذا فهي أعم وأشمل من الاتجاهات؛ بالتالي تمثل القيم موقعًا أكثر أهمية من الاتجاهات في بناء الشخصية.

ويحدد "ضياء الدين زاهر" الفرق بين القيم والاتجاهات وفق بعض الخصائص على النحو التالي^{lxxxvii}:

١. من حيث درجة التجريد: الاتجاه أقل تجريديًا، بينما القيمة أكثر تجريديًا، أو أكثر رمزية.

٢. من حيث الثبات: الاتجاه أقل ثباتًا؛ فهو أسهل تغيرًا، بينما القيمة أكثر ثباتًا؛ فهي تتغير ببطء.

٣. من حيث التكوين: الاتجاه يتكون بسرعة؛ فهو لا يحتاج لخبرات كثيرة، بينما القيمة تتكون ببطء؛ لحاجاتها لاتجاهات، وخبرات، ومعارف كثيرة.

٤. من حيث درجة العمومية: الاتجاه يعبر عن موقف أو موضوع واحد أو عدد قليل من المواقف، بينما القيمة فلها صفة العمومية؛ فهي تعبر عن أحكام عامة وتعتمد على مجموعة من الاتجاهات.

٥. من حيث الموافقة الاجتماعية: الاتجاه قد لا يحتاج لموافقة اجتماعية؛ فهو مجرد ما لفعل ما مرغوب، حول موضوع معين، بينما القيمة تتطلب موافقة اجتماعية لإقرارها؛ فهي تعبر عن فعل اجتماعي من حيث أهدافه وموضوعه.

٦. من حيث درجة الوعي: الاتجاه يمثل وعيًا من جانب محتضنه، وهو غير معيارى ولا يصلح لأحكام عامة، بينما القيمة تمثل وعيًا جماعيًا لمحتضنيها؛ فهي ترسم لهم الأحكام والمعايير المتصلة بنشاطاتهم، وتفاعلاتهم وبالتالي فهي معيارية.

ب) العادات:

تتفق القيم والعادات في كونهما دوافع وطاقات للسلوك، تتأثر بالسياق العام للمجتمع إلا أن مصطلح العادة Habit يشير إلى إنها سلوك متكرر، لفرد معين، بطريقة تلقائية في مواقف محددة، في حين أن القيمة تتضمن تنظيمات، أكثر تعقيداً من السلوك المتكرر وأكثر تجريدًا، كما إنها تتطوى على أحكام معيارية؛ للتمييز بين الصواب و الخطأ، الخير والشر وهذا لا يمكن توافره في العادة^{lxxxvii}.

العادات هي: أنواع من السلوك اليومي لأفراد المجتمع، تتعلق بنظام معيشتهم، من: مأكّل، وملبس، ومسكن، وعمل، وترويح عن النفس، والمعاملات الاجتماعية الأخرى. والعادات من الناحية اللغوية جمع لكلمة عادة، و العادة من الناحية الاصطلاحية تعرف بتعريفات متعددة، منها ما جاء في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية؛ أن العادة هي: صيغة مكتسبة في السلوك، كمهارة: حركية، أو نظرية، أو طريقة: في العمل أو في التفكير وتكرر العادة بحيث يتصرف الفرد بطريقة آلية مع السرعة، والدقة، والاقتصاد في المجهود^{lxxxvii}.

و العادات تعنى: أنماط السلوك الجمعى، التي تنتقل من جيل إلى جيل، وتستمر فترة طويلة، حتى تثبت، وتستقر، وتصل إلى درجة اعتراف الأجيال المتعاقبة بها^{lxxxvii}.

و العادة تختلف عن العادات الاجتماعية، من الناحية الاصطلاحية؛ حيث أن العادة تتسم بالفردية، والشخصية البحتة؛ وذلك لأنها يمكن أن يمارسها الفرد بمفرده، بعيداً عن الآخرين.

أما العادات الاجتماعية فهي: ظاهرة اجتماعية، تتم من خلال مجموعة أو مجموعات من ذلك المجتمع؛ بمعنى إنها لا يمكن أن تمارس إلا داخل إطار

مجتمع ما، يتفاعل أفراده مع بعضهم البعض.

إلا أن هذا الاختلاف لا يعنى أنهما غير مترابطين، ذلك أن كل عادة فردية، قد نشأت في ظل ظروف مشتركة، بين أفراد كثيرين - يمكن أن تصبح عادة اجتماعية.

إن العادات هي: السلوك المتكرر الذي تفرضه الجماعة على الأفراد، وتتوقع منهم أن يسلكوه؛ وإلا تعرضوا لاستياء الجماعة وسخطها؛ وعلى هذا فإن مفهوم العادات الاجتماعية يعد مفهوماً عريضاً، و واسعاً، وشاملاً لكل ما هو مقبول اجتماعياً^{lxxxvii}.

ويفرق أحد الباحثين بين القيمة و العادة، يتمثل من خلال أن مصدر القيم هو الله سبحانه وتعالى ورسوله صلى الله عليه وسلم، أما العادات فإن مصدرها هو تفاعل الأفراد بعضهم مع بعض، حيث تنشأ عن طبيعة اجتماع بعضهم ببعض، و لا تصدر عن سلطة خارجية تطبقها وتفرضها عليهم فرضاً، بل يأخذها الأفراد، ويتقبلونها طوعاً و اختياراً، أو لحاجاتهم، فهي في حد ذاتها، وسيلة تعين على تدعيم الحياة الاجتماعية، وتصونها^{lxxxvii}.

و إذا كانت القيم تتميز بكونها تتعلق بالجوانب والأمر التي تنظم سلوك الناس، وتضبط أقوالهم، وتمدهم بالمعايير التي تصلح لهم ذلك.

فالعادات تتعلق بجوانب أخرى غير تلك الجوانب ويضرب بعض الباحثين أمثلة لتلك العادات؛ منها طريقة المشي، أو الكلام، أو الأكل، أو كيفية التحية، أو بعض الأعمال المتعلقة بطريقة إكرام الضيف، أو نوع الملابس وغير ذلك^{lxxxvii}.

كما أن طبيعة الإلزام أو الجزاء التي تتطوى عليهما كل من: القيم والعادات تختلف اختلافاً كبيراً؛ حيث أن هناك فرقاً كبيراً بين عمل يفرضه عليك الله، أو رسوله محمد صلى الله عليه وسلم، وبين عمل يفرضه عليك

مجتمعك، أو بيئتك التي تعيش فيها.

ج) الأعراف الاجتماعية:

يفرق "روكيتش Rockeach" بين القيمة و العرف؛ فيذكر أن القيمة تشير إلى ضرب من ضروب السلوك، أو غاية من غايات الوجود، في حين أن العرف الاجتماعي لا يشير إلا إلى ضرب من ضروب السلوك، بينما تجاوزت القيمة المواقف المحددة؛ حيث يختص العرف بصيغة أمر أو ناهية لأحد أشكال السلوك، في موقف معين بذاته وإن كانت القيمة تمثل أمراً داخلياً شخصياً، يقف العرف كصيغة خارجية له^{lxxxvii}، وعلى ذلك حددت القيم في نوع واحد فقط؛ وهو القيم الوسيلية، هذا مفهوم أضيق من المفهوم العام للقيم. فالأعراف جمع عرف، و العرف أعم من العادة ؛ ذلك أن العادة عندما تصبح ظاهرة عامة؛ يتوارثها الخلف عن السلف، وتنتقل وتنتشر من جيل إلى جيل، حتى يصعب على الفرد التخلي عنها، وتحجم الجماعة عن التحلل منها والخروج عليها، وتتخذ بين الأفراد صفة الإلزام و الفرضية؛ وحينئذ تتحول تسميتها؛ فتكون عرفاً^{lxxxvii}.

أي تكون في درجة ومستوى أعمق وأعظم من العادة والتقليد ؛ ذلك لأنها قد تصل في بعض المجتمعات، إلى أن تكون جزءاً من النظام السائد فيه، بل أن العرف في كثير من الأحيان تبني عليه جملة من أحكام القضاء. ومع أن مفهوم العرف أقرب من العادة إلى مفهوم مصطلح القيم الايجابية، إلا أن بين المصطلحين فارقاً؛ ذلك لأن العرف لا يلزم من خلال مفهومه هذا أن يكون حقاً دائماً؛ فقد يتعارف قوم على أمر لا يرضى الله ورسوله صلى الله عليه وسلم ، ولا يعدون ذلك عرفاً سلبياً؛ وبالتالي هناك فرق بين القيمة الإيجابية و العرف السلبي؛ إذ أن العرف يلتقى مع القيم في جانب احتواء مصادر التشريع الإسلامى له، أو عدم احتوائها له، فإن احتواها؛ أصبح

قيمة إيجابية، وإلا أصبح قيمة سلبية^{lxxxvii}.

(د) التقاليد:

هي جمع تقليد، والتقاليد هي: عادات مقتبسة من الماضي إلى الحاضر، ومن الحاضر إلى المستقبل، فهي تنتقل من جيل إلى جيل عبر الزمان، وهو يختلف عن العرف في كونه سلوكاً يتوارثه الخلف عن السلف، وينتقل إلى أجيال متعددة، ويصبح له صفة العمومية في المكان، والاستمرار في الزمان، إلا أنه يجرى على يد فئة من الناس وتتخذ شعاراً لها^{lxxxvii}، ويضربون لذلك أمثلة؛ منها: ما يتم في الاستقبالات الرسمية، وشارات الدول وأعلامها، وتحديد أزياء خاصة: بالجنود، أو الأطباء، أو الطلاب، أو الطالبات وغيرهم.

فالتقليد بهذا المفهوم؛ ليس بينه وبين القيم أي علاقة، حيث لا يمكن أن يرقى - حتى ولو صعب على الناس أن يتخلصوا منه - إلى مستوى القيم؛ وذلك لارتباط القيم بتوجيه سلوك الناس، وضبط أقوالهم، واتخاذهم إياها معايير للحكم على كل ما يصدر عنهم وعن غيرهم وتلك أمور غير متحققة بتلك التقاليد؛ مما يعنى أن هناك فرقاً كبيراً بين القيم والتقاليد.

(هـ) السلوك:

تعتبر القيمة مفهوماً، أكثر تجريداً من السلوك، فهي ليست مجرد سلوك انتقائي كما يرى "شارلز موريس Morris" إنها التوجه، أو السلوك المفضل، أو المرغوب من بين عدد من التوجهات المتاحة؛ فهي تتضمن المعايير التي يحدث التفضيل على أساسها فالاتجاهات والسلوك هما محصلة للتوجيهات القيمة^{lxxxvii}.

(و) المعتقدات:

القيمة و المعتقد من المفاهيم التي رُبط بينهما؛ على أساس أن الاعتقاد في شيء ما، أو في فكرة بعينها، هو المحدد لقيمة ذلك الشيء، أو لتلك الفكرة،

حيث يعرف " كان Kane " القيم بأنها: المثاليات، والمعتقدات، والمعايير التي يعتنقها، أو يتمسك بها مجتمع معين، أو أغلب أعضائه^{lxxxvii}.

ويرى " روكيتش Rock each " أن القيمة معتقد ثابت نسبياً، و يحمل في فحواه تفضيلاً شخصياً أو اجتماعياً لغاية من غايات الوجود، أو لشكل من أشكال السلوك الموصلة إلى هذه الغاية ؛ فالقيم من منظوره تحتوى على ثلاثة عناصر، مثلها مثل المعتقدات؛ فهي معرفية: من حيث الوعي بما هو جدير بالرغبة، و وجدانية: من حيث شعور الفرد حيالها، إيجابياً كان أو سلبياً، هي سلوكية: من حيث وقوفها كمتغير وسيط، أو كمعيار أو مرشد للسلوك أو الفعل^{lxxxvii}.

كما يتفق آخرون مع تصور " روكيتش " للقيم، بأنها معرفية، مع تعريف القيمة بأنها مفهوم، أو تصور للمرغوب Conception of desirable، صريح أو ضمني، يتميز به الفرد أو الجماعة، ويؤثر في الاختيار من بين الوسائل أو الغايات المتاحة، فهي ليست تفضيلاً، ولكنها تفضيل لمبرر أخلاقي أو عقلي و في ضوء ذلك يتبين أن القيم تتمثل في مجموعة من المعتقدات الشائعة، بين أعضاء المجتمع الواحد، وبخاصة فيما يتعلق بما هو حسن أو قبيح، بما هو مرغوب أو غير مرغوب.

و بمعنى آخر، هي: عبارة عن نظام معقد، يتضمن أحكاماً تقييمية (إيجابية أو سلبية) (تبدأ من: القبول إلى الرفض) ذات طابع فكري ومزاجي نحو الأشياء، وموضوعات الحياة المختلفة، بل ونحو الأشخاص، وتعكس القيم أهدافنا واهتماماتنا، وحاجاتنا، والنظام الاجتماعي، والثقافي التي تنشأ فيه، وما يتضمنه من نواح دينية، واقتصادية، وعلمية^{lxxxvii}.

فالقيمة وفق هذا التصور، تتضمن الاعتقاد بأن موضوعاً ما، يرضي أو يشبع رغبة معينة لدى الفرد، وتختلف أهمية هذه الموضوعات حسب اهتمامات

الفرد ودوافعه^{lxxxvii}. في مقابل ذلك، يفرق البعض بين القيم والمعتقدات؛ على أساس أن القيم تشير إلى الحسن، مقابل السيء، أما المعتقدات فتشير إلى الحقيقة مقابل الزيف^{lxxxvii}. فالاعتقاد مبنى على الصواب و الخطأ، بينما الحكم الخلقى مبنى على الحسن والقبح^{lxxxvii}. فالمعارف في القيم تتميز عن باقي المعارف الأخرى، بالخاصية التقييمية، حيث يختار الشخص في ضوء تقييمه، ما هو مفضل أو غير مفضل، بالنسبة له ويفرق "كلاكهون" بينهما، على أساس أن القيمة تمثل مجموعة المعتقدات التي تتعلق بها، وتستخدمها كأساس عند اتخاذ القرارات؛ أي أن الاعتقاد يجب أن نتمسك به، و نلتزم به حتى يصير قيمة^{lxxxvii}.

وبهذا فالقيمة ليست مرادفة للمعتقدات أو للأهداف، ولكنها تدور حول المعتقدات و الأهداف التي يتبناها الفرد، ويمكن تصورهما في ضوء متصل المقبول والمرفوض فالمعتقد هو رأى أو اتجاه يتعلق بالواقع الاجتماعي، يعتنقه الفرد باعتباره صحيحاً أما القيم فتعدّ نسقاً شبه مقنن، يستخدمه الفرد في تقدير المواقف الاجتماعية، وإذا كانت القيمة تتصل بما يعتبره الفرد مرغوباً فيه أو مرغوباً عنه، فإن المعتقد يختلف عنها، في أنه حكم صادق وواقعي^{lxxxvii}.

ثانياً: مفهوم القيم:

اهتم الكثير من الباحثين في فروع المعرفة المتعددة؛ كالفلسفة، والتربية، والاقتصاد، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، بمفهوم القيم، واختلفت وجهات النظر بشأن تحديد: ما المقصود بها^{lxxxvii}.

وترتب على ذلك نوع من الخلط، والغموض يعترى هذا المفهوم، وقد يرجع هذا الاختلاف لاختلاف الأطر النظرية التي انطلق منها أصحاب هذه التعريفات، واختلاف مجالاتهم و اهتماماتهم البحثية، أيضاً قد يرجع إلى ارتباط

ما يعنيه هذا المفهوم لدى أي مجتمع بطبيعة الفلسفة التي تحكم نظرة ذلك المجتمع إلى كل من الفرد، والكون، والحياة^{lxxxvii}.

ويعرض الكاتب فيما يلي مفهوم القيمة لغويًا، ثم من المنظور الاقتصادي، والمنظور السيكولوجي، وأخيرًا من المنظور السوسيولوجي.
أ) لغويًا:

أن كلمة القيم VALUE مشتقة من الأصل اللاتيني VOLEO، ومعناها في الأصل أنا قوى، أو أنني بصحة جيدة، أي أنه يشمل على معنى المقاومة، والصلابة، وعدم الخضوع للتأثيرات^{lxxxvii}.

وقد وردت كلمة "Value" بمعنى قيمة الشيء المساوية له، والتي تراعى عند تقديره^{lxxxvii}. وأيضًا تعني الاستقامة، والاعتدال، والتوجيه إلى الغاية دون ميل اتباع المنهج الحق، كما تعني أيضًا تقدير الشيء^{lxxxvii}.

كما ورد مفهوم القيمة في بعض المعاجم العربية كما يلي :

١. مختار الصحاح القيمة: واحدة القيم، وقوم السلعة تقويمًا، وقوامُ الأمر بالكسر نظامه وعماده^{lxxxvii}.

٢. المعجم الوجيز: قيمة الشيء قدره، وقيمة المتاع ثمنه، وجمعه قيم، القَيَّومُ: من أسماء الله الحسنى، والقيَم: من يقوم بالأمر ويسوسه^{lxxxvii}.

٣. المصباح المنير: قام بالأمر يقوم به فهو قوام وهذا قوام بالفتح والكسر، وتقلب الواو ياء جوازًا مع الكسر: أي عماده، والقوام بالفتح العدل والاعتدال قال تعالى وكان بين ذلك قوامًا أي: عادلاً، وقام المتاع بكذا أي تعدلت قيمته به، والقيمة تعني الثمن الـ الذي يقاوم به المتاع والجمع قيم، و شيء قيمى نسبة إلى القيمة على لفظها، فقومت المتاع جعلت له قيمة معلومة^{lxxxvii}.

٤. معجم ألفاظ القرآن الكريم تعنى القيمة: الطريق الثابت المستقيم الذي لا

وهكذا نجد لمفهوم القيمة في المعاجم العربية معانى متعددة. وبصفة عامة القيمة تعنى لغويًا: الاستقامة، والاعتدال، وحسن الخلق، و تعنى: تقدير الشيء، و تكتسب صفة الدوام و الاستمرار، و تختص بالحكم على الأشياء.

(ب) من المنظور الاقتصادي:

كلمة القيمة في لغة الاقتصاد لها معنيان :

الأول: صلاحية شيء لإشباع حاجة، ويعنى هذا المعنى مصطلح قيمة المنفعة.

الثاني: ما يساويه متاع حين يستبدل به غيره في السوق، وهذا ما يعبر عنه بمصطلح قيمة المبادلة.

وقيمة المنفعة لمتاع ما؛ هي تقدير الشخص بالذات لهذا المتاع أما قيمة المبادلة فهي تقديره عند الجماعة التي يتداول بين أفرادها؛ وعلى ذلك فإن قيمة المنفعة مفهوم فردي اعتباري، وقيمة المبادلة مفهوم جماعي موضوعي.

وقد استخدم مفهوم القيمة بمعان مختلفة في المذاهب الاقتصادية المختلفة، ولكن المعنى الأكثر انتشارًا بين علماء الاقتصاد هو: قيمة الشيء؛ أي ثمنه، وبذلك تعرف القيمة بأنها الثمن^{lxxxvii}.

(ج) من المنظور الفلسفي:

تعتبر القيمة من المفاهيم الفلسفية التي كانت، وما زالت، إلى حد كبير محورًا لخلافات أساسية بين المدارس، والمذاهب الفلسفية المختلفة، وتتفاوت الآراء المتعلقة بموضوع القيم تفاوتًا كبيرًا، تبعًا لاختلاف المفكرين أنفسهم.

وينقسم الفلاسفة بصفة عامة إلى قسمين حول ما إذا كانت قيمة الأشياء تحدد بمعزل عن خبرة الناس بها في الحياة الواقعية، أم أن قيمة الأشياء في حياة الناس تشتق من خبراتهم بها.

الأول: ويتمثل في اتجاه الفلسفات المثالية أو العقلية، حيث يرى "أفلاطون" أن الناس لا يعون مصادر الإلزام في حياتهم، ومع ذلك فهم يدركون مثلاً علياً، ويتحدثون عن الحق والجمال ويرى أنه لابد أن يكون هناك مصدر استقى منه الناس هذه المعتقدات، التي تؤدي بهم إلى هذا اللون من التفكير، أو الحديث، أو السلوك، ويستبعد أن تكون حياة الحس، بما تحتويه من خلط واضطراب مصدرًا لمثل هذه الأحاسيس والأفكار السامية؛ أفكار الحق، وجمال، والالتزام الخلقى كما يرى أنه لابد أن يكون مصدر هذه الإحساسات والأفكار السامية عالم آخر غير هذا العالم الذي نعيش فيه، عالم توجد فيه الأشياء كاملة كما يجب أن تكون، وهو عالم الحق، والخير، والجمال^{lxxxvii}.

أما "كانط" Kant فلم يلجأ إلى العالم الخارجي كما فعل "أفلاطون"، بل اهتدى إلى حل، وإن كان عقلياً، إلا أنه داخلي وهو العقل؛ فقد أكد أن العلم، والجمال، والأخلاق مصدرها العقل، فليس للأشياء الحسية شكل خاص تفرضه على العقل دائماً، والعكس هو الصحيح، فتركيب العقل هو الذي يعطى للخبرات الحسية شكلها الخاص الذي ندركه وبوجه عام فالفلسفات المثالية تركز على استقلال القيم، وانعزالها عن الخبرة الإنسانية.

أما الاتجاه الثاني: فيتمثل في الفلسفات الطبيعية، والتي تعتبر القيم جزءاً لا يتجزأ من الواقع الموضوعي للحياة، والخبرة الإنسانية فالأشياء لا ترتبط بقيم سامية لسر كامن فيها، بل دائماً قيم الأشياء هي نتاج اتصالنا بها، وتفاعلنا معها، وسعيها إليها، وتكوّن رغباتنا واتجاهاتنا نحوها.

فالقيم هي من نسج الخبرة الإنسانية، وجزء لا يتجزأ من كيانها فالأشياء ليست في ذاتها خيرة أو شريرة، صحيحة أو خاطئة، قبيحة أو جميلة، بل أن هذه الأحكام نصدرها من واقع تأثيرنا في هذه الأشياء، وتأثرنا بها^{lxxxvii}.

وفي نظر تلك الدراسات الفلسفية الطبيعية تعد الأخلاق، والقيم

الاجتماعية كافةً نتاج خبرات وتفاعل اجتماعي، تكون عملية انتقاء اجتماعية يصطلح أفراد المجتمع عليها؛ لتنظم العلاقات بينهم، وذلك في نطاق الإطار الثقافي لذلك المجتمع والإطار الثقافي في نظر هؤلاء الفلاسفة يشمل الوسط الذي ينشأ فيه المرء، و ما يتضمنه من النظم، والتقاليد، والعرف، وأنماط سلوكية، وعادات اجتماعية تم انتقاؤها واستقرارها في سياق تاريخ الجماعة، حتى أصبحت جزءاً من التراث الثقافي ومن ثقافة المجتمع^{lxxxvii}.

أما وسيلة هذه الثقافة في إبراز القيم التي تتضمنها والمحافظة عليها فهي اللغة، والقيم السائدة في المجتمع لا تتماثل مع بعضها من حيث درجة التزام الفرد أو الجماعة بها، حيث تقسم إلى ثلاث مستويات من الإلزام وهي: ما ينبغي أن يكون القيم الإلزامية، وما يفضل أن يكون القيم التفضيلية، وما يرجى أن يكون القيم المثالية، أو ما يسمى بالقيم الطوبائية^{lxxxvii}.

د) من المنظور السيكولوجي:

يهتم علماء النفس الاجتماعي بكل جانب من جوانب سلوك الفرد في المجتمع، فعلم النفس الاجتماعي يركز غايته على سمات الفرد، و استعداداته، واستجاباته فيما يتصل بعلاقاته مع الآخرين، وفي ضوء ذلك يتبين أن علماء الاجتماع يتعاملون مع القيم الجماعية Group values أما علماء النفس فيتركز اهتمامهم على دراسة قيم الفرد Individual values، ومحدداتها سواء كانت نفسية، أو اجتماعية، أو جسمية... إلخ، أي أن الفرد يمثل بصورة الاهتمام لدى علماء النفس^{lxxxvii}.

ويرى علماء النفس أن القيم هي علم السلوك التفضيلي، فيؤكد "ثورنديك" أن القيم تفضيلها يكمن باللذة، أو الألم، أو الارتياح الذي يشعر به الإنسان^{lxxxvii}، كما يعرفها "فؤاد البهي السيد" بأنها معايير الخير والشر، تقبلها الجماعة، وتلزم الفرد باتباعها لمصلحة الجماعة^{lxxxvii}.

كما تعرف القيم بأنها مفهوم يميز الفرد، أو يميز الجماعة التي ينتمى إليها، ويحدد ما هو مرغوب فيه، ويؤثر في انتقاء أساليب العمل ووسائله وlxxxvii غاياته.

ويعرفها "محمد إبراهيم كاظم" بأنها مقياس، أو مستوى، أو معيار نستهدفه في سلوكنا، ونسلم بأنه مرغوب فيه، أو مرغوب عنه lxxxvii، ويعرفها "إدلر" بأنها أحكام يصدرها الإنسان على الأشياء lxxxvii، ويذكر "سعد عبد الرحمن" أن القيم هي تلك الدينامية التي تدفع الإنسان إلى سلوك معين، في موقف معين، أو هي ذلك التنظيم الخاص بالخبرة الناتجة، عن مواقف الاختيار والمفاضلة، والذي يدفع الفرد أن يتصرف بصورة محددة في مواقف حياته اليومية lxxxvii.

كما تعرف القيمة بأنها مجموعة القوانين، والأهداف، والمثل العليا التي توجه الإنسان، سواء في علاقته بالعالم المادي، أو الاجتماعي، أو السماوي lxxxvii.

وقد وضع الباحثون النفسيون تعريفات عديدة للقيم، بعضها يؤكد الناحية الشعورية، وبعضها يؤكد الناحية الوجدانية، وبعضها الآخر يؤكد الناحية العملية إلا إنها جميعاً تؤكد أن القيم أحكام يصدرها الفرد على العالم الإنساني، والاجتماعي، والمادي الذي يحيط به lxxxvii. و من هذه التعريفات:

تعريف "عطية محمود هنا" بأن القيم عبارة عن تنظيمات معقدة لأحكام عقلية، وانفعالية معممة، نحو الأشخاص، أو الأشياء، أو المعاني سواء كان التفضيل الناشئ عن هذه التقديرات متفاوتة صريحاً، أو ضمناً، ومن الممكن أن نتصور هذه التقديرات على أساس إنها امتداد يبدأ بالتقبل، ويمر بالتوقف، وينتهي بالرفض lxxxvii. و ينظر "لطفى بركات" إلى القيم على إنها مجموعة من

القوانين، والمقاييس تنبثق من جماعة ما، وتتخذها معايير للحكم على الأعمال، والأفعال، والتصرفات، ويكون لها من القوة والتأثير على الجماعة بحيث يصبح لها صفة الإلزام، والضرورة، والعمومية، وأي خروج عليها، أو انحراف عن اتجاهاتها يصبح خروجاً عن مبادئ الجماعة، وأهدافها، ومثلها العليا^{lxxxvii}.

ويرى "فاروق أحمد الدسوقي" أن القيم هي موجهات السلوك، وضوابطه، وهي حراس الأنظمة، وحامية البناء الاجتماعي، فخطرها في حياة المجتمعات عظيم^{lxxxvii}.

في حين يرى "عبد التواب يوسف أحمد" أن القيمة هي كل صفة ذات أهمية، لاعتبارات نفسية، أو اجتماعية، أو أخلاقية، أو جمالية، وتتسم بسمية الجماعية في الاستخدام ويقول أيضاً إنها موجهات السلوك والعمل^{lxxxvii}. ويعرف "رالف هوايت" القيمة بأنها مصطلح ينطوي على الأهداف، ومعايير الحكم، فالهدف يعنى أي شيء يطمح إليه الإنسان ذاتياً، بصورة مباشرة، أو غير مباشرة أما مصطلح معيار الحكم فإنه يعنى أي معيار اصطلاحى يحكم به على الإنسان كالصدق والإخلاص... وغيرهما. ويرى "دود" أن القيم هي المرغوبات المؤثرة في اختيار الحكم^{lxxxvii}.

ويعرف "بلوم" Bloom القيمة من جانبين؛ فهي بمعناها المجرد: أي شيء، أو ظاهرة، أو سلوك له قيمة لدى الفرد، نتيجة لتقديره، أو تقويمه الخاص لهذا الشيء، أو الظاهرة، أو السلوك، وهي بمعناها العام نتاج اجتماعي يقبله الفرد، ويستوعبه ببطء، ثم يصل إلى درجة الالتزام الداخلي به، واستعماله كمعيار خاص به^{lxxxvii}.

هـ) من المنظور السوسيولوجي:

يشكل مصطلح القيمة لعلماء الاجتماع أهمية كبيرة سواء على مستوى

الأفراد أم على مستوى الجماعات و المجتمعات؛ وذلك لما للقيم من أثر على السلوك الإنساني من كل جوانبه^{lxxxvii}. و على الرغم من تلك الأهمية والمكانة الجوهرية التي تحتلها القيم في الحياة الاجتماعية، فإنها قد ظلت فترة كبيرة بعيداً عن اهتمام الباحثين في ميادين الدراسات الاجتماعية إلا في السنوات الأخيرة.

إذ يعد كل من "توماس و زنانيكى" أول من استخدم هذا المصطلح في كتابهما الفلاح البولندى في أوربا وأمريكا^{lxxxvii}، وقد عرفا القيمة الاجتماعية بقولهما؛ إنها أي معنى ينطوى على مضمون واقعى، وتقبله جماعة اجتماعية معينة، كما أن لها معنى محدد؛ حيث تصبح بضوئه نشاطاً خاصاً^{lxxxvii}، ثم توالى اهتمام الباحثين الاجتماعيين بدراسة مصطلح القيمة، ولكن من يهتم بذلك المصطلح في العلوم الاجتماعية لا يجد اتفاقاً محدداً بين الباحثين حول هذا المصطلح^{lxxxvii}.

وذلك يرجع لتعدد الميادين العلمية التي تدرس القيمة، و اختلاف وجهات نظر الباحثين حولها، والأطر النظرية التي انطلقوا منها و هنا يجدر الإشارة إلى أن معظم علماء الاجتماع يعتبرون القيم حقائق أساسية في البناء الاجتماعي للمجتمع، وعلى أساس هذا الفهم فهم يعالجونها باعتبارها عناصر بنائية، تشتق أساساً من التفاعل الاجتماعي^{lxxxvii}.

كما يرى علماء الاجتماع أن دراسة القيم تتبع من طبيعة الحياة الاجتماعية، وينظر إليها باعتبارها ظاهرة اجتماعية لها صفات الظواهر التي تؤدي وظائف معينة في المجتمع، وأن عملية التقييم تقوم على أساس وجود مقياس، ومضاهاة في ضوء مصالح الشخص من جانب، وفي ضوء ما يتيح له المجتمع من وسائل وإمكانات لتحقيق هذه المصالح من جانب آخر، ففي القيم عملية انتقاء مشروطة بالظروف المجتمعية المتاحة^{lxxxvii}.

فالقِيم كما يعرفها العديد من علماء الاجتماع مستوى أو معيار للانتقاء من بين بدائل، أو ممكنات اجتماعية متاحة، أمام الشخص الاجتماعي، في الموقف الاجتماعي^{lxxxvii}. وآخرون يعرفون القيم بأنها فكرة حيث يعرف "هارى جونسون" القيم بأنها فكرة، أو معيار ثقافي تقارن على أساسه الأشياء، أو الأفعال؛ فتحظى بالقبول، أو الرفض، نسبة لبعضها البعض باعتبارها من الأمور المستحبة أو غير المرغوبة، الصحيحة أو الخاطئة^{lxxxvii}.

كما تعرف "نوال عمر" القيمة بأنها فكرة تعتنقها جماعات من الناس، أو رأى، و سواء كانت هذه الأفكار هدفاً في حد ذاتها، أو مجرد تعبير عن السلوك، فهي قادرة على أن تجعل الفرد يفضل موقفاً على آخر، ويسلك سلوكاً يتفق مع هذه القيم التي تقبلها الجماعة وإن الانحراف عن هذه القيم يُشعر الفرد بالذنب، سواء كانت مرغوب أو غير مرغوب فيها، خيرة أو شريرة فالقيمة هنا تؤثر في سلوك الفرد، أو سلوك الجماعة؛ لأنها فكرة يعتنقها مجموعة من الأفراد، توضح الأفضلية في موقف ما^{lxxxvii}.

وهناك من يعرف القيم بأنها صفات ويذكر أن القيم هي الصفات الشخصية التي يفضلها، أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة^{lxxxvii}، أو أن القيم الاجتماعية تعنى الصفات التي يفضلها، أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة، وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد، كما تصبح من موجهات السلوك أو تعتبر هدفاً له وهناك من يذكر أن القيمة هي حكم يصدره الفرد، ويرى "بدوى" إنها أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية، يتشربها الفرد، و يحكم بها، و تحدد مجالات تفكيره، و تحدد سلوكه، و تؤثر في تعلمه^{lxxxvii}.

وهناك من ينظر للقيمة بأنها معتقد مثل تعريف "كرتشي" بأنها المعتقدات لما هو مرغوب، أو حسن؛ مثل حرية الكلام، وما هو غير مرغوب، أو سيئ؛ مثل عدم الأمانة^{lxxxvii}.

وهناك من يعرفها بأنها تصور حيث ينظر " كلاكهون " Klackhon للقيم على إنها تصور صريح أو ضمنى يميز الفرد، أو الجماعة، و يحدد ما هو مرغوب فيه، بحيث يسمح لنا بالاختيار بين الأساليب المتغيرة للسلوك، والوسائل والأهداف الخاصة بالفعل^{lxxxvii}.

ويذهب البعض إلى التأكيد على أن القيمة ما هي إلا اختيار، أو تفضيل يشعر صاحبه أن له مبرراته الخلقية، أو الفعلية، أو الجمالية، أو كل هذه مجتمعة، بناء على المعايير التي ينقلها عن الجماعة، وتلقاها في خبرات حياته، نتيجة عمليات الثواب، والعقاب، والتوحد مع الغير^{lxxxvii}. وأخيرًا تعنى القيم في قاموس علم الاجتماع الاعتقاد بقدرة شيء ما على إشباع رغبة إنسانية، وهي صفة الشيء التي تجعله ذا أهمية لفرد أو لجماعة^{lxxxvii}.
مما تقدم يتضح أن القيمة :

- تؤثر في توجيه السلوك الإنسانى، وأنها ضرورة لتفسير السلوك الشخصي الاجتماعي للأفراد.
- كما إنها تعتبر انعكاسًا شرطيًا لحاجات، و رغبات، و اهتمامات، وميول الأفراد، و دوافعهم، و رغباتهم.
- أكد العلماء على اختلاف اتجاهاتهم أن القيم تعد محددًا هامًا؛ إذ يمكن بالرجوع إليها، الحكم على ما حولنا من مكونات السلوك.
- تفصح القيم عن نفسها في أنماط التفضيل والاختيار من بين البدائل المتاحة، وتظهر في صورة اتجاهات، واهتمامات، أو مؤشرات لأنشطة سلوكية، أو ما يبدو ويظهر في صورة التصريح المباشر لها.
- من ثم فالقيمة هي التي يمكن أن تكتسب، وتستخدم في السلوك القويم الذي يمكن بناءً عليه أن تتشكل حياتنا وخبراتنا؛ لذا تعد القيم إحدى ركائز العملية التربوية.

ثالثاً: تصنيف القيم:

يساعد تصنيف القيم على التقليل من الخلط، الذي يشوب بعض الكتابات التي تناولت بالتحليل موضوع القيم وليس القصد من هذا المبحث تقديم تصنيف جامع مانع للقيم، حيث لا يزال مجال تصنيف القيم من المجالات المحفوفة بالمخاطر؛ لما يكتنف القيمة نفسها من حيث طبيعتها؛ وخصائصها، ومفهومها من غموض^{lxxxvii}؛ الأمر الذي أدى إلى ظهور العديد من المحاولات، التي تصدت لمسألة تصنيف القيم، والتي جاءت تعبيراً وانعكاساً لوجهات نظر، وتيارات فكرية متنوعة^{lxxxvii}.

ومع ذلك فلا يوجد ثمة تصنيف يمكن الاتفاق عليه، كما أكد على ذلك "كلاكهون" بقوله "أنه لم يكتشف بعد تصنيف شامل للقيم إلا أنه مهما يكن في تصنيف القيم من قصور عن الإحاطة بكل أنواعها؛ فإن ذلك لا ينفي الحاجة إلى بحث ذلك ودراسته" ويقول "هندرسون" فما دُمنا في مجال البحث العلمي، فإن أي تصنيف - أيا كان - خير من عدم التصنيف^{lxxxvii}.

ونظراً لأهمية ذلك وضرورته؛ سنعرض لبعض هذه التصنيفات؛ ليسهل دراسة القيم؛ ولإيضاح الموقع الذي تشغله القيم الأخلاقية ضمن هذه التصنيفات.

أ - تصنيف "ريشر" للقيم:

يقدم "ريشر" Rasher خريطة واضحة المعالم، لأنواع القيم المختلفة، في ضوء عدد من الأبعاد الأساسية التالية:

(١) التصنيف على أساس عمومية القيم؛ أي على أساس مدى وجودها وانتشارها في المجتمع، فالقيم تعد عامة إذا كانت لها درجة عالية من الانتشار والشيوع، بين أفراد المجتمع، أما إذا ارتبطت القيم بفئة معينة من أفراد

المجتمع؛ فإنها في هذه الحالة تعد قيماً خاصة.

(٢) التصنيف على أساس موضوع القيمة؛ فهناك قيم الأشياء، والقيم البيئية، والقيم الفردية أو الشخصية، أو القيم الجماعية، أي القيم الاجتماعية.

(٣) التصنيف على أساس ما تحققه من فائدة لمن يتبناها؛ وتنقسم إلى :

- قيم مادية وجسمية : (الصحة، والراحة، والأمن الجسمي).
- قيم اقتصادية : (الإنتاجية، و الأمن الاقتصادي).
- قيم اجتماعية : (احترام الآخرين، و العطف على الفقراء).
- قيم أخلاقية : (الأمانة، و العدالة).
- قيم سياسية : (الحرية).
- قيم جمالية : (الجمال، و التناسق).
- قيم دينية : (نقاء الضمير).
- قيم فكرية : (الذكاء).
- قيم مهنية : (النجاح المهني).
- قيم وجدانية : (الحب، و التقبل).

(٤) تصنيف القيم على متصل الوسيلة أو الغائية، باعتبار أن القيم الوسيطة هي بمثابة الأدوات أو الوسائل التي يستخدمها الفرد؛ لتحقيق أهداف وغايات بعيدة، وهي القيم الغائية^{lxxxvii}.

(٥) تصنيف القيم على أساس توجيه القيم فقد تكون القيم متجهة نحو الذات؛ مثل: النجاح، الراحة، الخصوصية، وقد تكون متجهة نحو الآخرين كالنجاح، والقيم الوطنية، والعدالة الاجتماعية^{lxxxvii}.

ب - تصنيف القيم في مجموعات:

صنف "كاظم" القيم حسب محتوى القيمة، في مجموعات هي^{lxxxvii}:

١. المجموعة الأخلاقية؛ وتشمل قيم الأخلاق، الصدق، العدالة، الطاعة،

النقاء، الطهر، الدين، القدرية، الأمانة.

٢. المجموعة الاجتماعية؛ وتشمل قواعد السلوك والصبر، التواضع والكرم، الصداقة والخدمة العامة، حب الوطن، حب الجنس، حب الأسرة، القرابة.

٣. مجموعة القيم الذاتية؛ وتشمل القوة، الحكمة، التصميم.

٤. مجموعة قيم الأمن؛ وتشمل هدوء التفكير، الاستقرار، الألفة.

٥. مجموعة القيم الجسمية؛ وتشمل الصحة، النشاط، الراحة.

٦. مجموعة القيم الترويحوية؛ وتشمل الخبرات الجديدة، الإثارة، القيم الجمالية.

٧. مجموعة القيم العلمية؛ وتشمل استبعاد كل ما هو غير واقعي؛ مثل القيم الاقتصادية، التملك.

٨. مجموعة القيم المعرفية؛ وتشمل الحقائق، الفهم، الكتب، التعليم، التربية، الرحلات العلمية.

٩. مجموعات متنوعة من القيم؛ وتشمل الحرص، التوافق، التقيف، النظافة، الرضا، الوضوح.

١٠. ويمكن اعتبار التصنيف في مجموعات، هو نفسه التصنيف في أبعاد؛ فكلهما يعتمد على محتوى القيم.

ج - تصنيف القيم في أبعاد:

تم تصنيف القيم وفقاً لمجموعة من الأبعاد، ويمكن إيجازها فيما يلي:

❖ بعد الشكل: تنقسم القيم تبعاً لهذا البعد إلى:

١. قيم موجبة هي القيم التي يضعها المجتمع أمام أفرادها؛ لترشدتهم إلى السلوك الأمثل.

٢. قيم سالبة وهي تنقسم إلى:

- قيم سالبة فردية وهى تلاحظ حين ينحرف الأشخاص في سلوكهم عن القيم الشريفة التي احتضنوها.

- قيم سالبة جماعية وتظهر في صورة ألوان من الاستغلال غير العادي، تقوم به بعض الجماعات، التي تتعارض مصالحها مع مصالح المجتمع الأكبر، بل إنها تكون على حساب خراب المجتمع، وضياح رفاهيته، وأمنه، كما في حالة عصابات اللصوص و المزيفين، وغيرهم^{lxxxvii}.

❖ بعد المحتوى: وتنقسم القيم تبعاً لهذا البعد إلى:

القيم النظرية، القيم الاقتصادية، الجمالية، الاجتماعية، السياسية، الدينية.

❖ بعد المقصد: وتنقسم القيم وفقاً لهذا البعد إلى:

١. قيم وسيلية أو قيم أدائية وهى تلك القيم، التي ينظر إليها الأفراد والجماعات، على إنها وسائل لغاية أبعد، وهى قيم خارجية تختلف باختلاف حاجات الناس ومطالبهم ويقسم روكيتش القيم الوسيلية إلى قيم أخلاقية كالأمانة، وقيم الاقتدار أو الكفاءة كالمنطقية^{lxxxvii}.

٢. قيم هدفية أو غائية وهى ما تعرف أحياناً باسم القيم النهائية أو القيم غير المحددة، وهى الأهداف التي يضعها الفرد أو المجتمع لنفسه وهى قيم ذاتية تستقل بنفسها، فقيمتها في ذاتها^{lxxxvii}، أو هى الأهداف والفضائل التي تضعها الجماعة والأفراد لنفسها^{lxxxvii}.

و يصنفها "روكيتش" إلى قيم خاصة بالشخص، و تدور حول الذات؛ كقيمة تقدير الذات، وقيم خاصة بالعلاقات بين الأشخاص؛ كقيمة السلام العالمي^{lxxxvii}. وأرى وجود علاقة تداخل وترابط، بين القيم الوسيلية والهدفية، بحيث يتعذر الفصل بينهما؛ فقد يكون الشيء الواحد قيمة هدفية، وفي نفس الوقت وسيلة لقيمة أخرى، والتميز بينهما يكون في الغالب نسبياً.

❖ بعد العمومية : وتنقسم القيم من ناحية مدى شيوعها وانتشارها إلى:

١. القيم العامة وهى القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله، بغض النظر عن ريفه، وحضره، وطبقاته وفئاته المختلفة ومن أمثلة القيم العامة عند المصريين الاعتقاد في أهمية الدين، وأهمية الزواج وبقدر ما في المجتمع من قيم عامة يكون تماسكه، وتكون وحدته، والعكس.

❖ القيم الخاصة وهى القيم المتعلقة بمواقف، أو بمناسبات اجتماعية معينة، أو بمنطقة محدودة، أو طبقة أو جماعة خاصة ومن أهم أنواع القيم الخاصة قيمة المكانة Stus، أو قيمة الدور Role وهى القيم التي تتناسب، وتليق بالدور الذي يقوم به الفرد في المجتمع^{lxxxvii}.

❖ بعد الشدة : تقدر شدة القيم بدرجة الإلزام التي تفرضها، وبنوع الجزاء الذي تقرره وتوقعه على من يخالفها؛ وعليه يمكن التمييز بين ثلاث مستويات، لشدة القيمة وإلزامها فيما يلى :

١. ما ينبغى أن يكون وهى القيم الملزمة أو الأمرة الناهية ؛ وهى القيم ذات القدسية التي يلتزم بها الأفراد، عن طريق العرف والقانون، وتسمى أيضاً ب القيم الأساسية، أو الضرورية، أو الإجبارية ؛ مثل القيم المرتبطة بالجنس البشرى الأمانة، الاحترام، حقوق الأفراد.

٢. ما يفضل أن يكون أي القيم التفضيلية، وهى القيم التي يشجع المجتمع أفرادها على التمسك بها، ولكن لا يلزم مراعاتها إلزاماً يتطلب العقاب لمن يخالفها؛ فالفرد يختار القيم التي تحقق له النتائج التي يفضلها على غيرها؛ مثل اختياره للعمل الذي يناسبه، أو الزوجة الصالحة له.

❖ ما يرجى أن يكون أي القيم المثالية أو الطوبائية وهى القيم التي تؤثر في توجيه سلوك الأفراد، ولكن من الصعب تحقيقها بصورة كاملة؛ مثل قيم المساواة التامة بين أفراد المجتمع^{lxxxvii}.

❖ بعد الوضوح : يمكن التمييز بين نوعين من القيم وفق هذا البعد :

١. قيم ظاهرة أو صريحة وهى القيم التي يصرح بها، ويعبر عنها بالكلام؛
مثل القيم المتعلقة بالخدمة الاجتماعية والمصلحة العامة.

٢. قيم ضمنية وهى تلك القيم التي يستدل على وجودها، من ملاحظة
الاتجاهات والاختيارات التي تتكرر في سلوك الأفراد، بصفة منتظمة
وليس بصفة عشوائية؛ مثل القيم المرتبطة بالسلوك الجنسي.

فالعبرة في القيم إذن ليست بالكلام فقط، بل بالعمل والسلوك ويرى البعض أن
القيم الضمنية هي في الغالب القيم الحقيقية ؛ لأنها هي القيم التي يحملها المرء
مندمجة في سلوكه، أما الصريحة فليست دائماً هي القيم الحقيقية، بل كثيراً ما
تكون زائفة^{lxxxvii}.

و الواقع أنه ليس هناك حدود فاصلة، بين القيم المتضمنة والظاهرة، إلا
أن موضوع الكتاب الراهن، يجعل الكاتب يلجأ إلى إبراز بعض الفوارق
والتمييز بينهما.

❖ بعد الدوام : وتنقسم القيم من حيث دوامها إلى:

١. قيم دائمة نسبياً و هى القيم التي تبقى زمناً طويلاً، مستقرة في نفوس
الناس، و تنتقل من جيل إلى جيل؛ كالقيم المرتبطة بالعرف والتقاليد.

٢. قيم عابرة و هى القيم الوقتية العارضة، قصيرة الدوام سريعة الزوال؛ مثل
القيم المرتبطة بالموضة عند النساء والشباب، وكذلك القيم المتعلقة بالبيع
والشراء لفترة معينة^{lxxxvii}.

واتفق مع رأى القائل بأن هذا التصنيف مصطنعاً بعيداً عن المرونة
والواقعية؛ فهذه الأنواع من القيم تتداخل فيما بينها إلى حد كبير، لدرجة أن
يصبح من الصعب تمييز الحدود الفاصلة بينها. ففي الحياة العملية نجد القيم
متداخلة ومتشابكة، فكل قيمة يمكن أن يستخدمها الإنسان في المواقف الحياتية
التي يمر بها، سواء ما يتصل بالوسائل أو الغايات، فكل منها تعد قيمة خلقية.

ولقد دفع ذلك البعض إلى القول بأن القيم كلها خلقية، وإلى القول بأن القيم الأخلاقية تتميز بأصالة، تميزها عن أصالة مثيلاتها من القيم، وإذا تخطى عنها الفرد، ولم يكثرث بها في صنع مستقبله؛ فإنه سوف يصنع مستقبلاً رديئاً، بدلاً من مستقبل نبيل مشرف^{lxxxvii}.

د) تصنيف القيم في أنماط :

"سبرانجر" Spranger عالم ألماني، وضع تصنيفاً للقيم ضمن كتابه أنماط الناس Types of men، حيث تصور إمكان تصنيف الأشخاص إلى ستة أنماط، إشتاداً إلى غلبة واحدة من القيم التالية عليهم. علماً بأنه قد صنف القيم في ستة أنماط، حسب محتواها، أو حسب ما تعكسه من نشاطات إنسانية إلى:

١. القيمة النظرية وهي التي تتضمن اهتماماً عميقاً باكتشاف الحقيقة، أو سيادة الاتجاهات المعرفية، وهي قيمة تجسد نمط العالم أو الفيلسوف.
٢. القيمة الاقتصادية والتي تتضمن غلبة الاهتمامات العملية، والمنفعية، والجوانب المعرفية في الحياة، وهي قيمة يتصف بها عادة رجال المال والأعمال.
٣. القيمة الجمالية والتي تتضمن الحكم على الخبرات من منظور الجمال، والتناسق، والموائمة، وهي قيمة تصف الأشخاص، والاهتمامات، والاتجاهات الجمالية في الحياة؛ كالفنانين.
٤. القيمة الاجتماعية والتي تتضمن محبة الناس، وإدراكهم كغايات لا كوسائل لمآرب أخرى، بشكل يجسد نمط الشخص الاجتماعي.
٥. القيمة الدينية؛ التي تتضمن اهتماماً بالشئون الدينية، والسعى نحوها، وهي صفة رجل الدين.
٦. القيمة السياسية والتي تملئ توجهاً حيال العلاقات الاجتماعية، ليس بدافع

الحب، ولكن بدافع السيطرة والرغبة في القوة، وهي قيمة تظهر لدى رجال الحرب، والسياسة، والقادة في المجالات المختلفة.

وحول هذا التصنيف يعقب "ضياء زاهر" بقوله : " أن هذا التقسيم للقيم لا يعنى أن الأفراد يتوزعون عليها، ولكنه يعنى أن هذه القيم توجد جميعها في كل فرد، غير أنها تختلف في ترتيبها، قوة وضعفاً. كما أن هذا التصنيف يصنف القيم وفقاً لمحور واحد فقط؛ هو مضمون القيم، ويغفل محاور أخرى يمكن أن تصنف حولها القيم، كما أنه يتناسى أن القيم مهما يكن مصدرها، فهي قيم اجتماعية بالضرورة، على الأقل من حيث التطبيق " ^{lxxxvii}.

هـ) تصنيف القيم تبعاً لموضوعاتها:

صنف أسامة عبد الرحيم (١٩٩٧) ^{lxxxvii} القيم إلى:

١. قيم الأشياء الخصائص المرغوبة في الأشياء أو الحيوانات؛ مثل السرعة، النقاء.
 ٢. قيم بيئية الخصائص المرغوبة في البيئة والطبيعة؛ مثل الجمال في المناظر.
 ٣. قيم فردية السمات المرغوبة في الأفراد والأشخاص؛ وتشمل سمات الخلق، القدرات الخاصة، العادات الشخصية؛ مثل الشجاعة والذكاء.
 ٤. قيم جماعية الخصائص المرغوبة في العلاقة بين الفرد والجماعات التي ينتمي إليها أعضاء الأسرة؛ مثل التعاون.
 ٥. قيم مجتمعية الخصائص المرغوبة فيما يتصل ببناء المجتمع ونظامه؛ مثل العدالة الاقتصادية، والمساواة أمام القانون.
- كما أن هناك تصنيفات أخرى للقيم فقد قدم " كلاكهون " تصنيفاً للقيم في ضوء درجة انتشارها في المجتمع إلى فئتين رئيسيتين الأولى قيم عامة في المجتمع، الثانية قيم خاصة بجماعات اجتماعية معينة.

فقدم "نيلسون" Nelson تصنيفاً للقيم، في ضوء ارتباطها بالنمط البنائي للمجتمع إلى فئتين قيم تقليدية، وقيم عقلية، وهذا ما فعل "روبرت ردفيلد" R. Redfield عندما ميز القيم على أساس نوع المجتمع، إلى قيم خاصة بالمجتمع الشعبي القديم Flock society، الذي تسوده القيم التقليدية، وقيم خاصة بالمجتمع الحضري، الذي تسوده القيم العصرية^{lxxxvii}، وتصور البعض أن القيمة لها أساس بيولوجي؛ فهي تقوم على الحاجات الأساسية التي تؤسس الكائن بيولوجياً، وتحدد له نسق اختياراته، System of choices فهي بمثابة قيم بيولوجية Biological values أولية تتحول فيما بعد، و مع نمو الفرد، إلى قيم اجتماعية Social values و يتسق هذا مع تقسيم بعض الباحثين للقيم إلى نوعين رئيسيين:

- قيم أولية Primary values تتعلق بالحاجات البيولوجية.
- قيم ثانوية Secondary values تختص بالجانب الأخلاقي والاجتماعي وهذا ما أشار إليه "كلاكهون" من أن القيم تنشأ من وجود حاجات معينة، كما يتولد عنها حاجات أخرى^{lxxxvii}.

كما قام "موريس" Morris بتصنيف القيم وفقاً لمستوياتها؛ فهناك القيم العضوية، والقيم النوعية، والقيم الشخصية، والقيم الاجتماعية، والقيم الثقافية في أعلاها^{lxxxvii}. و لاحظ أن قيمة احترام الآخرين والعطف على الفقراء، وفق تصنيف "ريشر" بأنها قيم اجتماعية، كما صنف أيضاً "كاظم" قيم الصبر، وقواعد السلوك، والتواضع، والكرم، وحب الوطن قيماً اجتماعية، برغم إنها تعد قيماً أخلاقية.

ويبدو أن تصنيفات القيم، تختلف باختلاف مقاصد المناقشين، ووجهات نظرهم، على أنه من الملاحظ على تلك التصنيفات، إنها رغم تنوعها وتباينها،

إلا إنها مجتمعة قد غطت الجوانب الحياتية التي يعيشها الفرد والمجتمع؛ مما يظهر بوضوح مدى تغلغل القيم في حياة الناس أفرادًا وجماعات، كما إنها ترجع في النهاية إلى الإنسان وعلاقته بالمجتمع، وبالتالي فهي ذات صفة إنسانية اجتماعية الأمر الذي يؤكد أن القيم كلها أخلاقية^{lxxxvii}.

و لما كانت القيم مهما اختلفت أنواعها، لها طابع بشري، وذات صلة وثيقة بالسلوك الإنساني الاجتماعي، قوامها التأثير والتأثر؛ فهي تعبر عن توجهات الإنسان في علاقته بذاته، وفي علاقته بالآخرين في المواقف المختلفة؛ و بالتالي فإن كل مؤسسة يسمح لها بأداء وظيفة تربوية، وتمارس نشاطًا في حياة الأفراد والجماعات، تعد مؤسسة أخلاقية، فالبیت، المدرسة، دور الحضانة، دور العبادة، النوادي الاجتماعية والرياضية، وأيضًا المنظمات الرسمية وغيرها هي مؤسسات خلقية، كلها تدين بقيم تستعملها في التأثير على سلوك أعضائها^{lxxxvii}.

مما سبق يتضح ماهية وموقع القيم الأخلاقية ضمن التصنيفات السابقة؛ ففي تصنيف "ريشر" للقيم على أساس ما تحققه من فائدة لمن يتبناها، شملت القيم الأخلاقية قيمتي الأمانة والعدالة. ففي تصنيف "كاظم" للقيم في مجموعات، حسب محتوى القيمة؛ نجد المجموعة الأخلاقية تشمل قيم الأخلاق، الصدق، العدالة، الطاعة، النقاء، الطهر، الدين، القدرية، الأمانة.

والتصنيف الذي اعتمد عليه الكاتب هو تصنيف القيم المرغوبة، و اللازم إكسابها للطفل، في الست سنوات الأولى من عمره، الذي وضعته (سهير محمد، ١٩٩٣)، حيث تذكر أنه : "في ضوء العملية التربوية التي شهدت تحقيق النمو الشامل المتكامل للطفل، في جميع جوانبه الجسمية، العقلية، النفسية، الروحية، الاجتماعية، الأخلاقية، الوجدانية؛ حتى يعلو شأنه وترتفع مكانته بين أقرانه في المجتمع؛ وبالتالي يرتفع المجتمع به، وذلك على النحو

التالي:

- القيم الجسمية: هي تلك التي تتعلق بالمحافظة على الصحة، وما يندرج تحتها من سلوكيات؛ مثل النظافة، النظام، الراحة، الرياضة، التغذية، اللعب، التربية، الترفيه، تنمية الميول والهوايات.
 - القيم العقلية: تشمل قيم التفكير السليم، أو حب البحث عن الحقيقة، وهى قيم عامة، يندرج تحتها قيم فرعية أخرى، وتكون بصورة مباشرة لطبيعة المرحلة، وتتعلق ب الذكاء، التفكير، حب الاستطلاع، النظام.
 - القيم الدينية: كتلك التي تتعلق بأمور الدين والعبادات؛ على أن يعرف الطفل ويدرك أهمية هذه القيمة؛ حتى يستطيع في المرحلة التالية أداؤها .
 - القيم الخلقية: تشمل الصبر، الصدق، الأمانة، التسامح، الكرم، التواضع، الطاعة، الاعتزاز بالنفس، الوفاء.
 - القيم الجمالية: تشمل الجمال كقيمة، وتتفرع منها قيم ضمنية أخرى تذوق الفنون بأنواعها، الموسيقى، الطبيعة، الألوان، الأشكال، التناسق بينها، النظافة. و ذلك من خلال برامج دور الحضانة، التي تتضمنها بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ويمارسها الطفل؛ كالرحلات، الأناشيد، القصة، الرسم. وتشير إلى أن هذه القيم ليست منفصلة عن بعضها البعض، ولكن هناك تداخل، وترايط، وتشابك فيما بينها؛ فقد نجد من القيم ما هو أخلاقي اجتماعي، أو اجتماعي وجداني، أو أخلاقي عقلي في أن واحد^{lxxxvii}.
- ووفقاً لما سبق تعد قيمة النظافة، وقيمة النظام قيم أخلاقية؛ وتأسسًا على ذلك يمكن القول، بأن القيم التي يستخدمها الفرد الطفل في المواقف المختلفة، هي قيم إيجابية أخلاقية إنسانية اجتماعية، وأن القيم ليست سلبية، وإنما إيجابية أخلاقية، موجهة للطفل خلال مرحلة الطفولة المبكرة، وتتعلق بعلاقة الطفل بأسرته، وبالبيئة المحيطة به، وبمجتمعه؛ لذلك فهي اجتماعية،

وهي خاصة بالأفراد، دون الموضوعات أو الأشياء؛ فهي إنسانية.
و طالما أن القيم جميعها إيجابية ؛ حيث إنها توجه سلوك الفرد الطفل،
فأنه لا توجد قيمًا سلبية، بل يمكن القول بأن هناك قيمًا مرغوبًا فيها وقيمًا غير
مرغوب فيها أو مرغوبًا عنها.

رابعًا: خصائص القيم :

- هناك خصائص تميز القيم عن غيرها من المفاهيم كالاتجاه، أو العادة
أو العرف، أو المعتقد، أو السلوك؛ هي :
١. إنها أكثر تجريداً وعمومية، ومحددة لاتجاهات الفرد، واهتماماته
وسلوكة.
 ٢. إنها تتميز بخاصية الوجوب أو الإلزام، التي تكتسب في ضوء معايير
المجتمع و الإطار الحضاري الذي تنتمي إليه هذا القيم، و هي خاصية تختلف
باختلاف نوع القيمة ؛ فالقيمة الوسيلية أو الوسيطة مثلاً، تتميز بهذه الخاصية
عن القيم الغائية، كما تتميز بها القيم الوسيلية الأخلاقية عن القيم الوسيلية التي
تتعلق بالكفاءة، فالفرد يشعر بضغوط كبيرة عليه؛ لكي يسلك بأمانة، و مسئولية
أكثر من الضغوط لأن يسلك بذكاء أو منطقية^{lxxxvii}. وتذكر نوال عمر عدداً
من خصائص القيم ؛ باختصار أنها توصف بالآتي^{lxxxvii}:
 ١. بأنها أساليب، وقوالب، وأوضاع التفكير والعمل الإنساني.
 ٢. بالتلقائية.
 ٣. بأنها فردية واجتماعية.
 ٤. بأنها موضوعية.
 ٥. تتميز بأنها مترابطة.
 ٦. بأنها منتشرة.

٧. بالعمومية.

٨. بأنها تاريخية، واجتماعية، وثقافية.

٩. بأنها ذات إلزام جماعي.

خامساً: القيم الأخلاقية :

أن القيم الأخلاقية هي نتاج المجتمع، و يلتزم بها الفرد، و هي نابعة من الدين، والعرف، والتقاليد، وهي تختلف من مجتمع لآخر.

والقيم الأخلاقية قيم أساسية في حياة الإنسان، لا يستطيع الاستغناء عنها؛ إذ إنها من صلب الدين الذي ندين به في مجتمعنا، لكي يتضح دورها يجب ربطها بالواقع الذي نعيش فيه؛ حتي يؤمن الأفراد بقيمتها العملية، آلي جانب إيمانهم بقيمتها النظرية^{lxxxvii}.

حيث ينتج عن اتصال الأخلاق بالواقع الذي يعيش فيه الإنسان، إنها تصبح قائمة من القواعد التي يجب أن تطبق دون تفكير، و لكن دخول التفكير وقيامه بعمله في ميدانها؛ هو الذي يعطيها قيمة أخلاقية^{lxxxvii}.

مما سبق يتضح أنه كلما كان الإطار القيمي لمجتمع ما يشتمل على مجموعة من القيم الهامة ؛ كان ذلك دليلاً على رقي هذا المجتمع، وسيره نحو التقدم، أي أن القيم الأخلاقية من خلال وظيفتها الاجتماعية، تستطيع أن تسمو بالفرد والجماعة.

تعريف القيم الاخلاقية:

سنشير أولاً إلى بعض من تعريفات القيم، ثم نأخذ بتعريف إجرائي للأخلاق، ثم التعرض لبعض من تعريفات القيم الاخلاقية، حتى نصل إلى التعريف الأنسب للقيم الأخلاقية، كما يلي :

القيم: وردت في القاموس التربوي؛ بأنها هي كل الصفات ذات الأهمية

البالغة للنواحي السيكلوجية، أو الأخلاقية، أو الجمالية، وتتصف بالصبغة الجماعية، وتعمل كموجهات للعقل، شأنها في ذلك شأن الاتجاهات^{lxxxvii}. كما تعرف بأنها صفة يكتسبها شيء، أو موضوع ما، في سياق تفاعل الإنسان مع هذا الشيء. وتعرف بأنها مجموعة من الاتجاهات، والاتجاه استجابة عامة عند الفرد، إزاء موضوع معين^{lxxxvii}. وعرفت بأنها مقياس، أو مستوى، أو معيار نستهدفه في سلوكنا، ونسلم بأنه مرغوب فيه، أو مرغوب عنه^{lxxxvii}. و آخر يعرفها بأنها مجموعة القوانين، والأهداف، والمثل العليا التي توجه الإنسان، سواء في علاقته بالعالم المادي، أو الاجتماعي، أو السماوي^{lxxxvii}.

الأخلاق: تعرف إجرائيًا بأنها تكامل العادات، والاتجاهات، والعواطف، والمثل العليا بصورة تميل إلى الاستقرار، و تصلح للتنبؤ بالسلوك في المستقبل^{lxxxvii}.

أما القيم الأخلاقية: فهناك تعريفات عديدة منها إنها القيم التي نحتكم إليها لتقويم قيم الأفعال والمسائل في علاقتها بالفرد والجماعة. أو هي مجموعة من السلوكيات التي يأتي بها الفرد، صغيرًا كان أو كبيرًا، وتكون مرغوبة أو مستحسنة، ويرتضيها الإطار القيمي للمجتمع الذي يعيش فيه الفرد^{lxxxvii}.

والقيم حكم عقلي انفعالي، يصدره الفرد أو المجتمع على الأشخاص، والمعاني، والأشياء، و أوجه النشاط، ويعبر عن المبادئ الدينية التي يؤمن بها الفرد والمجتمع، وتحدد الخير والشر، والقيم الأخلاقية جزء من القيم الدينية، والقيمة على هيئة متصل Continue أحد طرفيه القيم في جانبها الإيجابي، والطرف الآخر في جانبها السلبي^{lxxxvii}.

و تدور القيم الأخلاقية حول المعايير السلوكية، التي تهدف إلى تحقيق ما ينبغي أن يكون عليه السلوك الإنساني، حيث تركز الأخلاق على الأحكام القيمية، و يمكن النظر إليها على أساس أن العقل الجمعي مصدر لها، و القيم الأخلاقية تشمل الصدق، الأخلاق، التقاليد، العدالة، الطاعة، النقاء والطهر،

الدين، القدريّة، الأمانة^{lxxxvii}.

القيم الأخلاقية هي القيم التي يكون للمجتمع رأى فيها، وحكم عليها سواء بالصواب أو الخطأ، وتشمل مجموعة من القيم تعبر عن حسن الخلق، أو بمعنى آخر التوجه الأخلاقي نحو المجتمع؛ ومنها الأمانة، الشجاعة، الصبر^{lxxxvii}.

القيم الأخلاقية التي جاءت نتيجة تحليل كتاب تربية المسلم المقرر على تلاميذ الصف السادس الابتدائي، وتم السعى للتعرف على مدى تأثيرها على قيم التلاميذ، هي القيم الآتية: عقيدة التوحيد، الصلاة، الصوم، التسامح وضبط النفس، آداب المائدة، النظافة، النظام، التضحية، الوفاء بالوعد، التعاون، الحرية، الإيثار، العدالة، مقاومة الظلم، حب العمل واحترامه، حب السلام، تحمل المسؤولية، المحافظة على الصحة، التفكير العلمي، الطاعة، الصدق، المحافظة على الملكية العامة، الشجاعة، الرفق بالحيوان والإنسان، حقوق الغير، احترام الرأى الآخر، عرفان الجميل، حسن التصرف، الحياء، المحبة الإنسانية^{lxxxvii}.

القيم الأخلاقية التي سعى أحد الباحثين في دراسته لمقارنتها بين الطلاب ١٦ ١٨ سنة (١٠) قيم؛ هي [العدل، الإخلاص، الحلم، الاعتدال، الصبر، الصدق، الأمانة، المساواة، الوفاء، الرحمة]^{lxxxvii}. ونلاحظ هنا التداخل بين كل من الحلم والصبر.

كما أن القيم الأخلاقية تشمل كل الجوانب الأخلاقية، سواء المتعلقة بالأفراد بينهم وبين أنفسهم، أو المتعلقة بالجماعات مع بعضهم والأخلاق هنا يقصد بها مفهوم الأخلاق بصورته الخاصة أو الضيقة، وليس بصورته العامة الواسعة ومن أمثلة تلك القيم الخلقية الصدق، والأمانة، والإيثار، والحياء، والصبر، والعدل، والرحمة، والإحسان، والجود وغيرها، كما يقابل هذه القيم

ما يناقضها من القيم السلبية؛ مثل الكذب والخيانة وغيرها^{lxxxvii}.

القيم الأخلاقية هي نوع من القيم؛ تشمل الحفاظ على الحياة، الحلم، العفو، الوفاء، الصدق، العزة والكرامة، الشجاعة، الصبر، العفة، التواضع، الأمانة، الرحمة، القناعة، الصدق، الكرم، الإيثار^{lxxxvii}.

واتفق هنا مع " أحمد عبد الله إسماعيل " على اعتبار أن جميع القيم خلقية، واجتماعية، ودينية، وأن من بين القيم التي تشبع الجانب الخلقى قيم الصدق، الصبر، التواضع، الوفاء، التسامح، الطاعة، الاعتزاز بالنفس، الكرم^{lxxxvii}. أي أن القيم الأخلاقية هي نوع من القيم؛ تشمل الصدق، الصبر، الأمانة، التسامح، الطاعة، الوفاء، الحياء، القناعة، الكرم.

سادساً: خصائص القيم الأخلاقية^{lxxxvii}:

١. تتصف بالصفة القبلية، حيث تنسب إلى عالم مثالي، وتترك بعاطفة قبلية شأنها شأن سائر القيم.
٢. تتصل أوثق الاتصال بالفاعل الذي يحققها، فلا قيمة أخلاقية بدون الفاعل؛ لأن الفاعل هو السبب الأول للفعل الصالح، أو الفعل الطالح.
٣. إنها وليدة الانتقال من المثل الأعلى إلى الواقع؛ ذلك أن كل إنسان يدرك الصفة الخلقية في السلوك، سواء كان هذا السلوك واقعياً أو جائزاً أو سلوكاً فردياً أو سلوكاً جماعياً.
٤. تعبر عن صلات الأشخاص بعضهم ببعض، شأن القيم الاجتماعية.
٥. قوامها إرادة الأشخاص الواعية والإلزام الواجب صفة أساسية في القيم الأخلاقية.
٦. تخضع لقيم روحية؛ لأن القيم الروحية تحرك القيم الخلقية، وتبعثها في مستوى العلاقات بين الأشخاص.

٧. هي قيمة بين سائر القيم، وتتحدى باحترام الجمال، والجمال هو القيمة الفنية، وتعلو من شأن الحب، والحب يمثل القيمة الدينية.

٨. هي الأنا الأعلى باعتبارها إرادة، وتتجلى أصالة القيم الأخلاقية وقد أحاطت بها القيم الرئيسية.

و إذا كانت القيم الأخلاقية إحدى تصنيفات القيم، فهي بالضرورة تكتسب نفس خصائص القيم بوجه عام وهي^{lxxxvii}:

١. القيم تتسم بالاستمرار النسبي، وتخضع للتغيير.
٢. القيم ذات أهمية نسبية، تتحدد داخل ما يعرف باسم تدرج القيم أو سلم القيم.
٣. العمومية.
٤. تتميز بأنها مترابطة.
٥. تتصف بأنها منتشرة.
٦. تلقائية.

وبذلك يتضح أن خصائص القيم قد تتشابه، وقد تختلف بين الدارسين، باختلاف اتجاهاتهم العلمية، وقد يرجع ذلك إلى الخلط الذي يعتري مفهوم القيم ذاتها، ويمكن القول بأن القيم تتسم بكونها إنسانية، اجتماعية وذاتية وموضوعية، نسبية، ثابتة، مترابطة، علائقية، مرتبة، تتجه نحو موضوعات مرغوبة، وتتسم بالوعى فهي مكتسبة.

■ القيم إنسانية :

تبدو حاضرة في سلوك الإنسان، بل تحدد سلوكه، وترسم تطلعاته، وتصاحبه في مراحل تطوره، وتتدمج القيم في الوجدان؛ لأهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع، وربما يدخل الفرد في صراع لتأييدها^{lxxxviii}.

■ القيم اجتماعية :

حيث إنها بطبيعتها تلقائية، وموضوعية مترابطة، كما إنها منتشرة في أجزاء البناء الاجتماعي، وذات إلزام جمعي، أيضاً لا تعمل القيم مستقلة عن الكائن البيولوجي، أو المجال الاجتماعي نظراً لأن هذا الكائن هو الذي يلتزم بها، ويكتسبها من خلال احتكاكه بالآخرين، داخل المجتمع الذي يعيش فيه.

■ القيم ذاتية :

أي إنها تتعلق بالطبيعة الإنسانية والسيكولوجية للإنسان، تلك التي تشمل الرغبات، والميول، والعواطف، أي يحسها كل فرد على نحو خاص به، بمعنى أننا نقدر الشيء لأننا نرغب فيه، ويرى علماء النفس أن القيم تتناسب مع الرغبات؛ فكلما ازدادت حدة الرغبة، ازدادت القيمة، ومن ثم يلاحظ أن بعض القيم الذاتية توصيلية أو نفعية؛ لأنها أدوات أو وسائل تستخدم للحصول على إشباع رغبات معينة^{lxxxvii}.

كما إنها تتوقف على الاعتقاد، فالأشياء ليست في ذاتها خيرة أو شريرة، وإنما هذه أحكام شخصية، نصدرها وننسبها للأشياء، وفقاً لدرجة اهتمامنا بها واعتقادنا فيها.

■ القيم موضوعية :

بمعنى؛ أيا كانت ذاتية القيم، فلا بد من وجود بعض القيم الموضوعية، التي يجمع الناس عليها؛ حيث إنها خارجة عن نوات الأفراد، أي هي قيمة بذاتها كالقيم الدينية، كذلك رأى الفلاسفة؛ أمثال أفلاطون وأرسطو أن القيم موضوعية تتصل بعالم المثل، وهي مستقلة عن وعي الإنسان^{lxxxvii}.

ويوجد من يتفق مع هذا الرأي، بقوله أن القيم لها وجودها الخاص في استقلال تام عن تقييماتنا الخاصة، بدليل إنها تعرض نفسها على كل وجدان بشري، بطريقة أولية حدسية^{lxxxvii}.

نخلص من ذلك إلى أن أحكام القيم ليست ذاتية خالصة، ولا موضوعية

صرفة، أي أن فيها عنصراً ذاتياً، ولكن مردّها إلى صفة في الموضوع،
توجب الحكم عليه بأنه حق، أو خير، أو جميل الطويل، ويمكن القول بأن
الفصل بين ذاتية القيمة و موضوعيتها، هو فصل غير دقيق؛ لوجود جانب
ذاتي، وآخر موضوعي في القيمة.

■ القيم نسبية :

ما دامت القيم إنسانية شخصية، تتوقف على الاعتقاد؛ فلا بد أن تكون نسبية ؛
بمعنى إنها تختلف بالنسبة للشخص، من حيث حاجاته ورغباته إلخ، كما إنها
تختلف من شخص لآخر، ومن ثقافة لأخرى، ومن زمن إلى زمن، ومن
مكان إلى مكان، ومن بيئة إلى بيئة أخرى^{lxxxvii}، فالقيم نسبية، ومصدرها
المجتمع ذاته، فهي تتغير، وتتطور، و تختلف من مجتمع لآخر^{lxxxvii}، كما
تختلف في نفس المجتمع من عصر لآخر، وتختلف في نفس المجتمع ونفس
العصر باختلاف الطبقات الاجتماعية؛ فالمبادئ التي تصلح للمجتمع
الاشتراكي لاتصلح للمجتمع الرأسمالي^{lxxxvii}. كما ترتبط القيم بالمستويات
الاجتماعية والاقتصادية؛ ذلك لأن قيم الفرد والمجتمع تخضع لإطار ثقافي،
 واجتماعي، واقتصادي معين، وضعته الجماعة؛ لتحكم به على سلوك الفرد
داخل الجماعة، وفقاً لهذه المستويات^{lxxxvii}. كما تتضح نسبية القيم بالنسبة
للإنسان، حيث أنه حامل هذه القيم، فهو يسلك سلوكاً أخلاقياً عندما يريد،
ويعمل، وينوي، ويستهدف غايات معينة . وأضيف أن القيم تختلف لدى نفس
الفرد، باختلاف المرحلة العمرية التي يمر بها، وقدراته؛ فالقيم التي يكتسبها
الطفل في سنوات حياته الأولى، تختلف عن القيم التي يعتنقها وهو مرأهق،
ولكنها توضع في أساس شخصيته، وتظل تتبلور وتتضح حتى تظهر
ملامحها، وهو في مرحلة الرشد.

■ القيم ثابتة :

قد اتفق بعض الفلاسفة على اختلاف مذاهبهم على بأن القيم تتصف بنوع من الصلابة والثبات، فالقيم كموجهات للسلوك أن لم تتصف بالثبات، أو تغيرت من حين لآخر؛ لاختلط على الناس معاني الخير والشر، والحلال والحرام، والواجب وما ينافيه^{lxxxvii}، ولذلك تتميز القيم بصعوبة تغيرها؛ لأن جذورها ممتدة في حياة الإنسان، منذ السنوات الأولى من عمره ويرى كاظم أن القيم في الإسلام مطلقة أو ثابتة؛ لأنها مستمدة من السماء، كما إنها تتصف بكونها مثلاً علياً، تناسب وتوافق واقع حياة البشر، ويؤكد على أن ذلك لا يعنى تطابق المجتمعات الإسلامية تمام الانطباق، بل أن لكل مجتمع إطاراً قيمياً ينفرد به، نابعاً من دينه ثقافته، كما يكون لأفراد المجتمع أطر قيمية، على أن يتوافر قدر من الفهم المشترك بينهم، يمكنهم من التعامل المثمر، ويشعرهم بالانتماء إلى إطار قيمي سائد، بجوار القيمة المتميزة لكل منهم، والتي تشكل البعد النسبي للقيم^{lxxxvii}. ووفقاً لذلك فإن ثبات القيم واستقرارها سوف يظل أمر نسبياً بالنسبة للإنسان، فالقيم الأخلاقية ليست كلها ثابتة بنفس القدر، والحق أن القيم لا تتغير، وإنما الذي يتغير هو إدراكنا لها، أو نفاذ بصيرتنا إليها؛ ولهذا يقرر "هارتيمان" Hartman بأن للأخلاق طابعاً مطلقاً يتجلى فيما تتسم به القيم من كلية، وضرورة، وموضوعية^{lxxxvii}. ولكن تتميز القيم بمساندة بعضها بعضاً، فهي ليست وحدات منفصلة، بل هي غالباً ما تتفاعل معاً، وتتداخل على نحو يزيدها قوة^{lxxxvii}، وهذا ما يؤكد لنا ارتباط القيم الأخلاقية بالقيم الإنسانية، والدينية، والروحية، والاجتماعية.

■ القيم مترابطة :

أي إنها تؤثر وتتأثر بغيرها من الظواهر الاجتماعية؛ فهي مثلاً ترتبط بالبناء الاجتماعي ارتباط الظواهر الاجتماعية ببعضها، وإذا كان البناء الاجتماعي

ينطوى على مجموعة من المعايير، والمراكز، والأدوار، و مظاهر السلطة، وأنماط العلاقات الاجتماعية فإن القيم كجزء من البناء تؤثر و تتأثر بالمكونات الأخرى^{lxxxvii}.

■ القيم علائقية :

بمعنى أن الأحكام التي تصدر على الأشياء، باعتبارها صحيحة أو خاطئة، قبيحة أو جميلة، إنما تأتي من واقع تأثيرها على الأشياء و تأثيرها بها، كما أن تلك الأحكام تنبثق من دوافع خبراتنا في مواقف مختلفة^{lxxxvii}، حيث ترتبط القيم بالأنما الأعلى لدى بعض علماء النفس، وتقع في مستوى النواحي الأخلاقية لديهم^{lxxxvii}؛ ولذلك فهي تمثل مظهرًا من مظاهر السلطة، وتبدو في قوتها الملزمة للأفراد والمجتمع، ويعدها كل منهما ضابطًا لسلوكه.

■ القيم تتجه نحو موضوعات مرغوبة :

وذلك لارتباطها بحاجات حيوية اجتماعية وطبيعية، فهي ليست أشياء يرغبها الناس، ولكن ما يريده الناس؛ ليشكل رغباتهم^{lxxxvii}، كما إنها تتضمن نوعًا، من الرأي، أو الحكم من الفرد على شخص، أو شيء أو معنى معين.

■ تتسم القيم بالوعى :

فالقيم تتضمن الوعي أو الشعور، بمظاهره الثلاثة الإدراكي، الوجداني، النزوعي؛ فالمظهر الإدراكي يتمثل في عملية إدراك الشيء موضوع القيمة، وما يتصل بالإدراك من عمليات عقلية وفكرية؛ مثل الشعور، والتصور، والتذكر و المظهر الوجداني يظهر في الشعور العاطفي، والانفعال بالميل إلى الشيء موضوع القيمة أو النفور منه، وما يصاحب ذلك من سرور أو ألم، أما المظهر النزوعي فيتمثل في السلوك الحركي الظاهري، للتعبير عن القيمة عن طريق السعي، أو الوصول إلى معيار سلوكي معين^{lxxxvii}، أي أن الفرد لكي يتبنى قيمة معينة لابد أن يدرك

معناها، وأهميتها، ثم يتفاعل معها؛ لكي يحقق الهدف المطلوب؛ أي لا بد من توافر الوعي بمظاهره الثلاثة.

■ القيم مكتسبة :

حيث تحدث من خلال نوع من الخبرة أو التجربة؛ كالسعادة، الحب، الكره، الألم؛ للوصول إلى الهدف، وهي تكتسب من خلال عملية التنشئة الاجتماعية منذ الطفولة المبكرة^{lxxxvii}؛ و هنا تبرز حاجة الطفل لاكتساب القيم الأخلاقية منذ الصغر.

كما توصف بأنها تلقائية، اعتمادًا على إنها ليست من صنع أفراد، ولكنها من صنع المجتمع، وخلقها، وعقله الجمعي^{lxxxvii}؛ وهذا ما يؤكد أهمية التليفزيون في حياة صغار الأطفال، و الدور الذي يقوم به في غرس، أو تدعيم قيم المجتمع.

■ القيم مرتبة :

لأن لها درجات مختلفة؛ فهي توضع في ترتيب هرمي، مرتبة حسب أهميتها وأولويتها بالنسبة للفرد أو للمجتمع، وهذا ما يطلق عليه السلم القيمي^{lxxxvii}، وهو يختلف من شخص لآخر، وفقًا لاهتماماته ورغباته؛ أي أن لكل فرد سلمه القيمي الخاص به، حيث يرتب القيم وفقًا لأولويتها من وجهة نظره، و يتغير هذا السلم القيمي لدى الفرد، بتغير اهتماماته ورغباته.

سابعًا: مصدر القيم الأخلاقية :

أي، كيف تتكون القيم الأخلاقية ؟ هناك رأى قائل بأن قيمنا مرتبطة إلى حد بعيد، بطبيعتنا البيولوجية والاجتماعية والنفسية، وأن ما تحمله من قيم، هو دمج لدافعين اثنين؛ أحدهما غريزي، والآخر مكتسب^{lxxxvii}. وبصفة عامة، هناك ثلاثة اتجاهات لنشأة الحكم الخلقى :

الاتجاه الأول : يرد القيم الأخلاقية إلى طبيعة الأفعال الإنسانية؛ فالخير خير في ذاته، بغض النظر عن الظروف المحيطة به ومن أنصار هذا الرأي "أفلاطون" و"كمبردج" في القرن ١٧م.

الاتجاه الثاني : يرد القيم الأخلاقية إلى الله، فهو المعيار المباشر لها، فالخير يكون كذلك؛ لأن الله أوجبه، والشر يكون شرًّا؛ لأن الله نهى عنه. من أنصار هذا الاتجاه الصوفية في مناداتهم بالأمر المطلق، الذي يحتم على الإنسان أن يكون سلوكه قانوناً عاماً للطبيعة كلها والأمر المطلق نزعة كانت من طبيعة العقل، وجعل خيرية الأفعال وشريتها قائمة في الإرادة الخيرة^{lxxxvii}.

الاتجاه الثالث : يرد القيم الأخلاقية إلى إرادة الجنس البشري، فقد رد علماء النفس الأحكام الخلقية إلى آثار نشأت عن أحداث مرت بالإنسان أثناء طفولته المبكرة والحق أن سلوك الإنسان خارجياً كان أو داخلياً هو دائماً حامل القيم الأخلاقية أو اللا قيم، وقواعد السلوك تكمن وراءها المبادئ الأخلاقية، التي قد تكون مطلقة في شتى الموضوعات الاجتماعية المتغيرة، وتشير الحياة الخلقية إلى مستويات ثلاثة هي:

١. مستوى الغريزة Level of Instinct :

يكون فيه السلوك الخير - في نظر الفرد - هو السلوك الذي تحدده حاجاته الأساسية، وغرائزه الأصلية.

٢. مستوى العرف العادات الجمعية Level of Custom :

الذي يكون فيه السلوك الخير لدى الفرد، هو السلوك الذي يجيء متفقاً مع ما تقضى به عادات الجماعة، التي ينتسب إليها^{lxxxvii}.

٣. مستوى الضمير Level of Conscience :

الذي يكون فيه السلوك الخير عند الفرد، هو ذلك الذي يرتضيه حكم الفرد، على الصواب أو الخطأ، على الخير أو الشر^{lxxxvii}.

وفى سبيل الكشف عن القيم الأخلاقية تم إجراء العديد من الدراسات والبحوث العلمية، منها:

دراسة بعنوان القيم الأخلاقية في التربية الإسلامية من واقع مناهج المدرسة الابتدائية العامة أجراها "عبد الرحيم الرفاعى بكره" (١٩٨٠م) بهدف التعرف على طبيعة مضمون كتاب تربية المسلم المقرر على تلاميذ الصف السادس الابتدائي لرصد القيم الأخلاقية التي يتضمنها الكتاب، وإجراء دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ الناجحين في الصف السادس الابتدائي على ضوء قائمة القيم التي يتضمنها الكتاب موضع التحليل بقصد التعرف على مدى فاعليته في التأثير على قيم التلاميذ، وتحددت عينة البحث من تلاميذ الصف الأول الإعدادى بمدارس الغربية في الأسبوع الأول من العام الدراسي، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفى بتطبيق صحيفة استبيان تتضمن طرح مواقف على أفراد العينة للاختيار من بينها.

وجاءت القيم الأخلاقية من خلال تحليل الباحث لمحتوى الكتاب والتي سعى لدراستها في الآتي (عقيدة التوحيد، الصلاة، الصوم، التسامح وضبط النفس، آداب المائدة، النظافة، النظام، التضحية، الوفاء بالوعد، التعاون، الحرية، الإيثار، العدالة، مقاومة الظلم، حب العمل وإحترامه، حب السلام، تحمل المسؤولية، المحافظة على الصحة، التفكير العلمي، الطاعة، الصدق، المحافظة على الملكية العامة، الشجاعة، الرفق بالحيوان والإنسان، الاعتراف بحقوق الغير، إحترام الرأى الآخر، العرفان بالجميل، حسن التصرف، الحياء، المحبة الإنسانية).

توصلت الدراسة إلى أن التلاميذ الناجحون من المدرسة الابتدائية العامة ليست لديهم بعض القيم الأخلاقية الهامة كما أن منهج التربية الدينية المتمثل في كتاب تربية المسلم المقرر على تلاميذ الصف السادس الابتدائي غير كاف،

وغير وشامل للقيم الأخلاقية المرغوب فيها، وعن نسق ترتيب القيم الأخلاقية جاءت قيمة التسامح في الترتيب الأول يليها قيمة الإيثار ثم قيمة التعاطف وقيمة النظام.

- كما قام عبد الرحيم الرفاعي بكره، (١٩٨٥م) بدراسة أخرى بهدف التعرف على أهم القيم الأخلاقية السائدة لدى طلبة جامعة طنطا- لمعرفة إلى أي حد تتفق هذه القيم أو تختلف مع القيم الأخلاقية المسلم بها في ضوء أحداث التغيرات التي تحدث بالجامعة.

وتوصلت الدراسة إلى توافر قيم أخلاقية متعددة لدى طلاب جامعة طنطا، وإن كانت هذه القيم تختلف قريباً وبعداً من القيم الأخلاقية المسلم بها، وهذا الاختلاف يرجع إلى:- طبيعة الشخص نفسه، البيئة التي تؤثر في الطالب المتعلم، طبيعة الدراسة الأكاديمية التي يدرسها الطالب. كما توصلت إلى وجوب إحداث بعض التغيرات في العملية التربوية داخل الجامعة، حتى يتمكن الطالب من خلالها إحداث التنمية الخلقية المطلوبة، وهذه التغيرات أيضاً تختلف باختلاف المناهج الدراسية المقررة بكل كلية.

وتفترض دراسة " فلدمان " Feldman، (١٩٨٧م) أنه كلما ينمو الأطفال ويواجهون مواقف جديدة فإنهم يتخذون مع نموهم قرارات أخلاقية حيث سأل طلاب الصف الخامس الابتدائي أن يتنبأوا بما سوف يفعلونه لو واجهوا لصاً في فصلهم وقد تعددت ردود أفعال الأطفال معتمدة على قدرة اللص المزعوم أو عدم قدرته ، ووجد أن الأطفال الذين يعانون من إعاقة ذهنية أو جسدية سيعاملونه بتسامح عن الذين لا يعانون من أي إعاقة لكن ليس بشكل عام بل في مواقف دون الأخرى، كما وجد أن طلاب الصف الخامس قد أخذوا في إعتبارهم عدم مقدرة الشخص اللص بما سوف يفعلونه، كما وجد أن الاستجابات المفضلة والأخلاق الحسنة والصدقة كانت ظاهرة طيبة عند

سؤال الأطفال.

- استهدفت "حميدة عبد العزيز إبراهيم"، (١٩٨٧) في دراستها تحديد القيم الأخلاقية الرئيسية كما يحددها القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، كما تهدف إلى كشف الطرائق المناسبة لتعليم القيم الأخلاقية الإسلامية وقد اعتمدت على المنهج الوصفي وقامت بتحليل محتوى بعض الكتابات في مجال دراسة القيم الإسلامية لتحديد القيم الأخلاقية الإسلامية والتي وضعتها الباحثة في صحيفة استبيان حول القيم الأخلاقية من المنظور الإسلامي وعرضتها على مجموعة من المتخصصين في الدراسات الإسلامية وجاءت نتائج الدراسة كالتالي: شمول النظرة الإسلامية للأخلاق والقيم الأخلاقية، تنوع وتكامل أسس تعليم القيم الأخلاقية الإسلامية، تنوع طرائق تعليم القيم الأخلاقية منها: (القوة - التعويد - الجزاء (الثواب والعقاب) - الموعظة - النصيح - الإيحاء - الممارسة - المنافسة)، وتتميز هذه الطرائق بمرونتها وقابليتها للتطور والتكيف تبعاً لطبيعة المتعلم وتبعاً لتغير الظروف وتنوع الخبرات، كما تعتمد على إحترام حرية المتعلم مع مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين، وخصائص النمو في المراحل العمرية المختلفة وفق أسس صحيحة متكاملة مستمدة من التصور الإسلامي كما تشير نتائج الدراسة إلى قصور الأساليب التي تعتمد على مجرد التلقين المباشر في تعليم القيم، وقد أوصت هذه الدراسة بالإهتمام بالأنشطة التعليمية المختلفة في تدعيم القيم الأخلاقية حيث يكتسب المتعلم فيها قيمه بصورة أكثر من التعليم المباشر، وقد أوصت أيضاً بإجراء مزيد من الدراسات العلمية لاختبار جدوى طرائق تعليم القيم الأخلاقية.

- وقام "حسن قطب الجلاذى" (١٩٨٨) بدراسة تهدف إلى توضيح الدور الوظيفي الذي يمكن أن تقوم به البيئة المدرسية في مجال التربية الخلقية لتلاميذ المرحلة الأولى من التعليم الأساسي، وذلك من خلال إكسابهم قيمًا

أخلاقية ليست بمثابة مبادئ نظرية ولكن سلوك وعمل وواقع حياة. و تبلور موضوع دراسته في التعرف على قيم الصدق والأمانة والحياء والشجاعة، وتحديد وتصنيف المشكلات التي تعوق اكتساب التلاميذ لهذه القيم والتعرف على متطلبات تنمية هذه القيم في هذه المرحلة العمرية وكيفية تحقيقها، وعن منهجية الدراسة فقد قام الباحث بدراسة ميدانية وصفية لإعطاء تصور عن واقع القيم الأخلاقية للتلاميذ كأساس لوضع مقترحات بشأن إكساب التلاميذ هذه القيم كما أعد صحيفة استبيان في مجال تنمية بعض القيم الأخلاقية عند تلاميذ المرحلة الأولى من التعليم الأساسي، وشملت العينة البحثية ٣٠٠ ناظر ومعلم من المدارس التي تقع بقرى ومدن محافظة الدقهلية بواقع (٢٠ مدرسة في المدن - ٣٠ مدرسة في القرى)، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في قصور المدرسة في المرحلة الأولى من التعليم الأساسي بخصوص الاهتمام بالقيم الأخلاقية (الصدق، الأمانة، الحياء، الشجاعة)، وأن أكثر المشكلات إنتشاراً بين التلاميذ هي مشكلة الغش والتي تنتشر بمدارس القرى أكثر منها بمدارس المدن.

- دراسة "سعيد إسماعيل القاضى"، (١٩٨٩) التي دارت حول إبراز أهم القيم الأخلاقية التي تسهم في تنمية وتقدم المجتمع المصري في محاولة لتوفير الطريق الذي يسهم في تنشئة أطفالنا على هذه القيم وذلك من خلال الاجابة على التساؤلات الآتية: كيف نستطيع أن ننشئ الطفل المصري تنشئة أخلاقية بما يحقق أو يسهم في تحقيق التنمية للمجتمع المصري؟، ما متطلبات التنمية؟، وما الذي يمكن أن نربي أطفالنا عليه منذ الصغر من قيم أخلاقية حتى نضمن لمجتمعنا نموه وتقدمه؟ وقد توصلت الدراسة إلى أن الاهتمام بتنمية مجتمعنا يتوقف بالدرجة الأولى على تنمية أبنائنا وتربيتهم منذ الصغر، وبناء المجتمع يعتمد على تنشئة المواطن منذ طفولته وإعداده ليكون عضواً نافعاً في مجتمعه.

- دراسة "ميرلى وآخرون" Marily & Others، (١٩٨٩) الذي قام بتحليل

محتوى أربعة قصص من كتاب القراءة المقرر على الصف الثاني رياض أطفال للتعرف على القيم الأخلاقية العالمية مثل العدالة - الإيثار - الاجتهاد الأخلاقى - إحترام كرامة الإنسان، من خلال تكرارها في المضمون، وما مدى استخدام الصور التوضيحية والأسئلة اليدوية كموجهات للقيم الأخلاقية في القصص؟ وهل هناك اختلاف في السلوك الأخلاقى للشخصيات من حيث العمر والنوع، مقارنة مفاهيم المعلم للقيم العالمية الأربعة المتضمنة في القصص مع المفاهيم التي تطرحها القصص (عينة الدراسة من مقررات الصف الثاني رياض أطفال بالمدراس العامة لجنوب كارولينا لعامى ١٩٨٨-١٩٨٩)، والعينة البشرية تمثلت في ٣٨ مدرسة من مدرسات الصف الثاني رياض أطفال من أربعة مدراس لجنوب كارولينا، وقد قامت مجموعة الباحثين بتصميم استمارة تحليل مضمون لقياس القيم الأخلاقية في القصص وتمثلت أهم النتائج في الآتي: سجلت قيمة الإيثار أعلى تكرار يليها الإحترام لكرامة الإنسان فالعدالة فالاجتهاد الأخلاقى كما لا يوجد أختلاف إحصائى بين شخصية المجموعات من حيث العمر - نوعية الجنس بالنسبة للسلوك الأخلاقى عند مستوى دلالة (٠,٠٥) كما أن مفاهيم المعلمين أو وجهة نظرهم بخصوص ترتيب القيم الأخلاقية كما جاءت في الاستبيان كانت هي نفسها التي تم إتخاذها بواسطة التخمين.

- بينما في دراسة "أمل حسن حرات"، (١٩٩٠) بعنوان تنمية القيم الأخلاقية لدى أطفال مؤسسات ما قبل المدرسة، بهدف الكشف عن مدى نجاح دور الحضانة ورياض الأطفال في تنمية القيم الأخلاقية لدى الأطفال وذلك من خلال الوقوف على أهم العوامل التي تؤثر في تنمية القيم الأخلاقية لدى أطفال مؤسسات ما قبل المدرسة وأيضاً معرفة أهم القيم التي يمكن تنميتها لدى الأطفال والتعرف على بعض الوسائل التي تعين في إكساب الطفل القيم

الأخلاقية، واتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وقامت بدراسة مسحية لبعض دور الحضانة لتوضيح الوضع الحالي لهذه الدور ومدى ما تقوم به من جهد في تنمية القيم الخلقية لدى أطفالها، وشملت عينة الدراسة ١٦٥ مفردة من معلمات ومشرفات بعض مؤسسات دور الحضانة ورياض الأطفال في محافظة الدقهلية، وطبقت الباحثة صحيفة استبيان عليهم بعد أن حددت الباحثة القيم الأخلاقية محل الدراسة في القيم التالية (النظافة - النظام - الأمانة - الصدق - التعاون) وتمثلت أهم النتائج في الآتي: أن الطفل لا يسعى لغسل يديه إذا اتسخت، ويجلس دون مبالاة بنسبة ٨٤,٨٤%، وبخصوص تنظيم الملابس توصلت إلى أن ٧٥,٧٥% الطفل لا ينظم ملابسه نظر لتعوده على أن ينظمها له فرد آخر سواء في المنزل أو في دار الحضانة، نحو إحترام الطفل لملاكية الآخرين والمحافظة عليها وجد ندرة ذلك بنسبة ٦٦,٦٦%، ووجد أن ٦٦,٦٦% من العينة يذكرون أن الطفل ينكر أخذه شيئاً من زميله عند سؤاله، كما رأى ٧٢,٧٢% من العينة من الأطفال لا يتعاونون مع بعضهم البعض إذا ما وجدوا طفلاً آخر مريضاً لقلّة توجية الطفل إلى مثل هذه الأمور من قبل القائمين على تربيته.

- قامت "سعدية محمد أحمد"، (١٩٩٢) بدراسة عنوانها القيم الخلقية والاجتماعية في بعض المسلسلات العربية التلفزيونية، بهدف حصر القيم الإيجابية والسلبية التي أدركها المشاهدون، وأيضاً للكشف عن القيم الخلقية والاجتماعية التي أدركها المشاهدون من خلال المسلسلات، وعلاقة إدراك المشاهدين للقيم التي تبثها المسلسلات بالمتغيرات الآتية: الجنس، العمر، المستوى الإقتصادي. وذلك من خلال صحيفة استبيان للكشف عن القيم الأخلاقية التي يدركها الشباب من خلال التعرض للمسلسلات التلفزيونية ثم قامت الباحثة بتحليل مضمون استجابات أفراد العينة التي شملت (٨٠) مفردة

من الجنسين من مدينة القاهرة، من نوى التعليم العالى ومن مستويات اقتصادية مختلفة خلال عامى (١٩٨٩، ١٩٩٠) وجاءت نتائج الدراسة كالتالى: قيمة الترابط الأسرى حصلت على أعلى تكرار بنسبة ٧٥,٥%، قيمة الانتماء للوطن احتلت المركز الثانى من حيث التكرار بنسبة ٥٥%، ثم قيمتا التعاون والأمانة حصلتا على نفس النسبة المئوية وهى ٥٠%، وحصلت قيمة التواضع على تكرار ضعيف بنسبة ٧,٥%.

- و فى دراسة بعنوان القيم الأخلاقية لدى الأطفال المترددين على مكاتب الطفل وغير المترددين حاولت "حنان رفعت أحمد"، (١٩٩٥) الكشف عن الفروق فى القيم الأخلاقية بين الأطفال المترددين على المكاتب وغير المترددين عليها كما تهدف إلى التعرف على نوعية تلك القيم التى يمكن أن تنمىها المكتبة، وأيضاً التعرف على علاقة القيم الأخلاقية ببعض المتغيرات كجنس وعمر المتردد على المكتبة وقد قامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية على ٣٢٠ طفلاً وطفلة يتراوح أعمارهم بين ١١ و ١٢ سنة، وجاءت أهم النتائج على النحو التالى : عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطفال فى عمر ١١ سنة والأطفال فى عمر ١٢ سنة على مقياس القيم الأخلاقية، أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الأطفال (ذكور - إناث) غير المترددين على المكتبة على مقياس القيم الأخلاقية، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الأطفال المترددين على المكتبة وغير المترددين عليها فى درجات القيم الأخلاقية لصالح المترددين (ذكور - إناث).

- توجد دراسة أخرى قام بها "مجدى عبد الرحمن فرج"، (١٩٩٦) تهدف إلى مقارنة القيم الشخصية والأخلاقية بين طلاب وطالبات التعليم المختلط وأقرانهم فى التعليم غير المختلط، وأيضاً بين طلاب مدارس اللغات الحكومية، ومدارس اللغات الخاصة، وأيضاً بين الجنسين (بنين - بنات)، وأيضاً بين الطلاب

والطالبات مستمرى الاختلاط ومتقطعي الاختلاط، وقد استخدم الباحث اختبار للقيم الشخصية، واستبياناً للقيم الأخلاقية يشمل (١٠) قيم واشتملت عينة الدراسة على (٢٠٠) طالب وطالبة مختلطين منهم (١٤٠) من مستمرى الاختلاط و(٦٠) من متقطعي الاختلاط و(٢٠٠) طالب وطالبة من المدارس غير المختلطة من طلاب الصفين الثاني والثالث الثانوى تتراوح أعمارهم بين (١٦ - ١٨) سنة، وجاءت أهم نتائج هذه الدراسة لتذكر بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب والطالبات المختلطين وغير المختلطين في قيم (العدل - الإخلاص - الحلم - الاعتدال الصبر) كقيم أخلاقية، وتفوق الطلاب والطالبات غير المختلطين في قيم (الصدق - الأمانة - الوفاء - المساواة - الرحمة) كقيم أخلاقية، كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البنين والبنات في قيم (الصدق - الإخلاص - الاعتدال - المساواة) كقيم أخلاقية بينما تفوق البنين في قيمة الصبر بينما تفوقت البنات في قيم (الوفاء - الأمانة - العدل - الحلم - الرحمة).

ثامناً: أهم القضايا النظرية والمنهجية المستخلصة من واقع الدراسات السابقة:

من خلال إستقراء الدراسات السابقة يمكن استنباط عدد من القضايا والخصائص المشتركة بين بعض هذه الدراسات على النحو التالي:

أ. القضايا النظرية، وتتمثل فيما يلي:

١. عدم وجود مفهوم محدد للقيم وعدم وجود تعريف ثابت لها متفق عليه.
٢. عدم وجود تصنيف محدد للقيم، مما أدى إلى إدراج مجموعة قيم بعينها تحت أكثر من تصنيف.
٣. ما سبق أدى لتباين مجموعة القيم التي تتدرج تحت التصنيف الواحد وبخاصة القيم الأخلاقية كما في دراسة كل من (صابر سليمان عسران،

١٩٨٧م - أحمد عبد الله اسماعيل، ١٩٩٠م - حسن قطب الجلاوى،
١٩٨٨م - أمل حسن حرات، ١٩٩٠م - مجدى عبد الرحمن فرج،
١٩٩٦م - عبد الرحيم بكرة، ١٩٨٠م - ميرلى، ١٩٨٩م - سعدية محمد
أحمد، ١٩٩٢م).

٤. قلة الدراسات التي تناولت القيم الأخلاقية لدى أطفال ما قبل المدرسة أنفسهم، فمن الملاحظ أن الدراسات السابقة تناولت القيم الأخلاقية لدى الأطفال من سن ٦:٢ سنة وأيضاً لدى طلاب الجامعة ولم تهتم بدراسة القيم الأخلاقية لدى الأطفال من ٤ - ٦ سنوات فيما عدا: دراسة أمل حسن حرات، (١٩٩٠) حينما هدفت للكشف عن دور رياض الأطفال في تنمية القيم الأخلاقية لدى الأطفال ووسائل إكسابها وأهم القيم التي يمكن تنميتها والعوامل المؤثرة في تنميتها، غير أنها اعتمدت على استبيان آراء معلمات رياض الأطفال، للحصول على تلك البيانات. ودراسة هناء السيد محمد، (١٩٩٠) التي استهدفت الكشف عن القيم التي تتضمنها كتب رياض الأطفال من خلال تحليل مضمون تلك الكتب. وكذلك دراسة سهير أحمد محمد، (١٩٩٣)، عن أثر دور الحضانة في إكساب الطفل بعض القيم المرغوب فيها اجتماعياً. و على الرغم من هذا فمازال هناك حاجة شديدة لمثل هذه الدراسات، هذا ما أكدت عليه دراسة عبد الناصر سلامة محمد، (١٩٩٢) بعنوان المضامين القيمية في قصص أطفال ما قبل المدرسة وتوصل من خلالها إلى أن القيم الأخلاقية التي اتفق جمع من الخبراء على أهميتها لم تمثل في حكايات أطفال ما قبل المدرسة إلا بنسبة ١٢,٣٨% كما وردت المضامين القيمية في حكايات الأطفال بشكل مباشر أكثر منه ضمناً.

٥. قلة الدراسات السابقة التي تناولت برامج أطفال ما قبل المدرسة التليفزيونية

وأغلبها دراسات أجنبية منها دراسة أرنست، (١٩٨٦)، دراسة روثماري، (١٩٩٥) حيث تؤكد كل منهما على أهمية دور التليفزيون أو التليفزيون التعليمي في حياة أطفال ما قبل المدرسة من (٢ - ٥) سنوات، ومن الدراسات العربية دراسة محمد صلاح الدين فتحى، (١٩٨٢) التي تهدف إلى التعرف على حاجات النمو التي تشبعها برامج الأطفال لطفل ما قبل المدرسة من (٣ - ٦) سنوات لكن ما يؤخذ عليه أنه اعتمد في دراسته على تحليل النص المكتوب و الذي غالبًا ما يكون مختصرًا عن المادة المذاعة، أن لم يكن مخالفًا لها.

٦. تتراوح مرحلة أطفال ما قبل المدرسة في الدراسات السابقة بين عمر من (٢ - ٥) سنوات أو (٣ - ٦) سنوات لكن هذا لا ينفى تركيز معظم الدراسات السابقة على خطورة وأهمية الدور الذي يلعبه التليفزيون في حياة أطفال ما قبل المدرسة ويثبت ذلك دراسة بربارا، (١٩٩٣م) حيث توصل إلى أن التليفزيون لا ينمى قيم العائلة ويعرض نماذج غير مرغوبة من السلوك الاجتماعي لصغار الأطفال.

أيضًا دراسة هناء السيد محمد، (١٩٩٣) التي بحثت فيها عن دور التليفزيون في التنشئة الثقافية لطفل الريف، هذا وقد أجمعت غالبية الدراسات السابقة على أن معظم الأطفال يشاهدون التليفزيون خاصة برامج الأطفال، مما سبق لم يجد الباحث أية من الدراسات السابقة تعرضت لدراسة القيم الأخلاقية في برامج أطفال ما قبل المدرسة التليفزيونية الأمر الذي يوضح عدم تعارض الدراسة التي قمت بإجرائها مع أي من الدراسات السابقة.

ب. القضايا المنهجية :

من الملاحظ أن أغلب الدراسات السابقة اتبعت المنهج الوصفي

واستعانت بصحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات، سواء أكان هذا الاستبيان موجهاً للطفل أو للمعلمات أو للقائمين على التعليم في المدارس أو لمتخصصين في الدراسات الإسلامية أو للوالدين، وقلة الدراسات التي استعانت بأسلوب تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات (سبع دراسات) هي دراسة إيمان السعيد، (١٩٨٣) حيث قامت بتحليل مضمون مجلات الأطفال، ودراسة هناء السيد محمد سنة (١٩٩٠) حيث قامت بتحليل كتب رياض الأطفال، ودراسة صابر سليمان عسران، (١٩٨٧) حيث قام بتحليل مضمون المسلسل العربي في التلفزيون، دراسة عبد الناصر سلامة محمد، (١٩٩٢) حيث قام بتحليل مضمون حكايات أطفال ما قبل المدرسة، ودراسة ليلى حسين محمد، (١٩٩٠) حيث قامت بتحليل إعلانات التلفزيون، ودراسة أحمد عبد الله إسماعيل، (١٩٩٠) حيث قام بتحليل برامج الأطفال في الإذاعة والتلفزيون، وأخيراً دراسة محمد صلاح الدين فتحي، (١٩٨٢) حيث قام بتحليل مضمون النص المكتوب لبرامج أطفال ما قبل المدرسة التلفزيونية، وهو عدد قليل إذا ما تمت مقارنته بإجمالي عدد الدراسات التي أجريت على المواد التلفزيونية بصفة عامة، أو بإجمالي عدد الدراسات العربية التي استهدفت التعرف على القيم الأخلاقية لدى الأطفال.

تاسعاً: الحاجة إلى دراسة تحليلية لمحتوى برامج الأطفال، أهميتها وتساؤلاتها:

مما سبق يتضح أنه لا توجد دراسة علمية اهتمت بتحليل مضمون برامج الأطفال التلفزيونية للتعرف على القيم الأخلاقية التي تعرض بمحتواها رغم أهمية موضوع هذه الدراسة من الناحية التطبيقية؛ حيث تكمن أهمية أي دراسة علمية في أهمية الموضوع الذي تنصدي لدراسته.

لذا يمثل موضوع دراسة القيم الأخلاقية ببرامج أطفال ما قبل المدرسة

التلفزيونية حاجة لدى كل من المنشغلين بتربية الطفل والمعنيين بثقافة الطفل وبخاصة الطفل المصري، والمهتمين بإجراء دراسات تتناول تأثير وسائل الإعلام على الطفل. فضلاً عن أهمية موضوع هذه الدراسة من الناحية النظرية لدى الباحثين المهتمين بدراسة القيم بشكل عام؛ حيث لاحظ الكاتب من خلال استقراء البحوث والدراسات العربية والأجنبية السابقة التي أجريت في مجال القيم الأخلاقية، أن دراسة القيم الأخلاقية لم تحظ باهتمام الكثير من الباحثين إذا ما قورنت بعدد الدراسات التي أجريت في مجال القيم بصفة عامة، وندرة الدراسات التي أجريت عن القيم الأخلاقية لدى طفل ما قبل المدرسة بصفة خاصة، لذا يعد إجراء هذه الدراسة محاولة لسد تلك الفجوة المعرفية في المكتبة العربية.

وتزداد الحاجة لإجراء هذه الدراسة بعدما توصلت بعض الدراسات السابقة إلى أن حجم الإقبال الفعلي للأطفال على مشاهدة التلفزيون جاء بنسب مشاهدة تتراوح ما بين ٨٥ % إلى ١٠٠ %^{lxxxvii}، كما تشير إحدى الدراسات إلى أن الطفل الذي تجاوز عمره سن الثالثة يقضى سدس ساعات يقظته اليومية أمام الشاشة الصغيرة فإذا بلغ سن السادسة تكون المدة التي يقضيها في متابعة برامج التلفزيون معادلة لتلك المدة التي يقضيها في المدرسة وقد تفوقها^{lxxxviii}. وقد تكون هذه النتائج ما دفع بعض باحثي التربية والإعلام إلى القول بأن التلفزيون يعد أخطر وسائل الإعلام تأثيراً في قيم ومعلومات الأطفال؛ حيث يخلق بيئة إعلامية يجرى في إطارها بث القيم والمعارف والممارسات وألوان السلوك الأخلاقية التي يراد ترسيخها أو تشرب الأطفال لها، لهذا يتفوق التلفزيون على بقية المؤسسات التربوية في المجتمع بما فيها الأسرة ودور رياض الأطفال حتى يطلق البعض عليه سابقاً مصطلح الأب الثالث^{lxxxviii}. وأطلقت أنا عليه لأول مرة في العالم لقب (الأب الإلكتروني) بعنوان هذا

الكتاب. لأن التليفزيون مازال يعتبر أهم وسيلة إعلامية في مجال تنشئة طفل ما قبل المدرسة؛ فمشاهدة برامج لا تتطلب معرفة القراءة والكتابة، لذا يسبق الكتاب والمجلات ومختلف الوسائل الإعلامية الأخرى في التأثير والاستحواد على طفل ما قبل المدرسة، كما أشارت بعض الدراسات الميدانية إلى أن برامج الأطفال تأتي في مقدمة البرامج والمواد التليفزيونية التي يقبل الأطفال على مشاهدتها xxxvii.

وقد أعطى التليفزيون المصري اهتمامًا خاصًا ببرامج الأطفال وفق إعلان السيد رئيس الجمهورية (السابق) اعتبار العقد (١٩٨٩ - ١٩٩٩) عقدًا لحماية الطفل كما أن الأهداف المرحلية للخطة الإعلامية للعام ١٩٩٧/٩٦ الخاصة بقطاع التليفزيون تتضمن الاهتمام بالتربية الخلقية باعتبارها الأساس في تنشئة الطفل وتكوينه xxxvii. هذا ما تؤكد الخطة الإعلامية العامة لإتحاد الإذاعة والتليفزيون أن ذلك في عام ١٩٩٩/٩٨ م في إطار التخطيط لبرامج الطفل xxxvii الذي يهدف إلى:

١. التأكيد على القيم النبيلة والسامية مثل التعاون والبعد عن الأنانية وعدم التعالي واحترام الكبار.

٢. إبراز وتعزيز القيم والسلوكيات الملائمة للطفل وتكرارها من خلال القوالب الفنية المختلفة وخاصة الحملات الإعلامية المدروسة والموجهة للطفل.

٣. التركيز على أهمية انتقاء برامج الأطفال الأجنبية المستوردة التي تتوافق مع القيم والعادات والتقاليد المطلوب ترسيخها في ذهن الطفل مع تنوع مصادرها.

٤. الاهتمام بأفلام الكارتون لتدعيم قيم إيجابية لدى الطفل وتوظيف العنف فيها لتدعيم قيم أخلاقية كالدفاع عن النفس والوطن.

٥. أهمية اعتياد الطفل على أدب الحوار واحترام الرأي الآخر والتعبير عن الرأي بأسلوب مهذب.

كما أن خطة القناة الأولى في مجال برامج الأطفال والمتضمنة بخطة قطاع التليفزيون تهدف إلى تعليم الطفل السلوكيات الحميدة من خلال فقرات ترفيهية. في حين خطة القناة الثانية في برامج الأطفال لم يذكر شيء يهدف لذلك.

لذا ترجع أهمية الحاجة للدراسة إلى أهمية الدور الذي يسهم به التليفزيون كوسيلة جماهيرية جذابة تنقل المعارف والمعلومات التي تدعم القيم الأخلاقية في صورة واقعية قريبة من مدارك الطفل. كما تستمد الدراسة أهميتها التطبيقية من بعض الأهداف التي أجمعت عليها برامج الاطفال في دول العالم المتقدم ومنها أن تعمل على الارتقاء بضمير الطفل وأخلاقه وتثبيت فيه القيم الصالحة^{ixxxvii}.

فنتلخص أهمية الحاجة لإجراء دراسة تحليلية في النقاط التالية :

١- أهمية التليفزيون كوسيلة إعلامية تتمتع بكثافة عالية في المشاهدة من قبل أطفال ما قبل المدرسة.

٢- تناول برامج أطفال القناة الأولى والثانية كقناتين رئيسيتين يقبل عليهما المشاهدين في ظل تعدد القنوات التليفزيونية.

٣- أهمية المرحلة العمرية التي تتوجه إليها تلك البرامج حيث يتم وضع البذور الأولى للشخصية والضمير الخلقى الذي تشكله القيم الأخلاقية. ومن حرصنا على حسن رعاية أطفالنا وتشكيل ضمائرهم على الوجه الأكمل، بغية تحصينهم ثقافياً مما قد يتعرضون له من مواد إعلامية سواء من خلال استخدامهم لشبكة المعلومات الدولية أو من خلال مضمون بعض القنوات التليفزيونية الفضائية. سنستمر في حاجة دائمة للإجابة على هذا التساؤل التالي

-
- ما القيم الأخلاقية ونماذج السلوك الأخلاقي غير المرغوب فيه التي تحتويها برامج أطفال ما قبل المدرسة في التليفزيون؟
- ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسى التساؤلات الفرعية التالية:
١. ما المساحة الزمنية التي تشغلها القيم الأخلاقية بمضمون برامج الأطفال؟
 ٢. هل تختلف القيم الأخلاقية تبعاً لاختلاف جهة إنتاج فقرات برامج الأطفال؟
 ٣. ما المصادر التي تقدم من خلالها القيم الأخلاقية للأطفال المشاهدين؟
 ٤. ما أساليب عرض القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال؟
 ٥. ما اللغة والمستوى اللغوى الذي تقدم به القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال؟
 ٦. هل تعمل برامج الأطفال على ربط ممارسة بعض من نماذج السلوك الأخلاقي بإطار مكانى محدد؟
 ٧. ما اتجاه برامج الأطفال نحو تدعيم القيم الأخلاقية المتضمنة بمحتواها؟
 ٨. ما الصورة المرئية المصاحبة والمدعمة لظهور القيم الأخلاقية بمضمون برامج الأطفال؟
 ٩. ما القوالب الفنية التي تظهر من خلالها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال؟

عاشراً: مدخل لدراسة القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتليفزيون المصري :

سيعرض الفصل التالي النتائج التي توصلت إليها من خلال دراسة سابقة قمت بإجرائها بهدف التعرف على القيم الأخلاقية التي تعرضها برامج الأطفال

بالتلفزيون المصري، لذا بات علي الكاتب توضيح المقصود ببعض المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في إجراء هذه الدراسة حتى يتيسر على القارئ متابعة ما توصلت إليه وتحقيق الاستفادة المثلى من الاطلاع على هذه النتائج.

مفاهيم الدراسة:

تتضمن الدراسة عدة مفاهيم رئيسية هي: القيم، القيم الأخلاقية، برامج الأطفال بالتلفزيون المصري، طفل ما قبل المدرسة، الدورة الإذاعية التلفزيونية. ويقصد بهذه المفاهيم تحديدًا الآتي:

مفهوم القيم:

انطلقت الدراسة من تعريف محمد بيومي للقيم بأنها " الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهديًا بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك^{lxxxvii} .

مفهوم القيم الأخلاقية:

بناء على التعريف السابق للقيم نجدها تتمثل وتظهر في سلوك الفرد، و ينبغي غرسها لدى أطفال ما قبل المدرسة لتوجه سلوكهم ونتعرف على مدى توافرها لديهم من خلال متابعة سلوكهم، حيث إنها تمثل الأخلاق والمثل العليا التي تؤدي بمن يكتسبها إلى السلوك السوي.

مفهوم القيم الأخلاقية لدى أطفال ما قبل المدرسة:

أرى أن طفل ما قبل المدرسة قد يكتسب بعضًا من نماذج السلوك الأخلاقي خلال هذه المرحلة العمرية من (٤ - ٦) سنوات بل ويمارسها مثل النظافة،

النظام، الصدق وغيرها، والتي قد يتم غرسها لديه بقصد أو بدون قصد عن طريق معاشته في المجتمع أو من خلال بعض المحيطين به؛ سواء أكانوا أعضاء أسرته أو في رياض الأطفال التي يلتحق بها أو من خلال مشاهدته لمضمون تليفزيونى ما، وتظهر هذه القيم في شكل سلوك مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه، وعن طريق عمليات التدعيم والإثابة لممارسة الطفل لهذا السلوك، يتكون لدى الطفل قيمة لهذا السلوك بداخله، وبذلك تخرس لديه المعايير والمبادئ الذي يحتكم إليها عند الحكم على شيء ما بأنه صواب أو خطأ - مقبول أو مرفوض، كما تظهر وتقاس القيم لدى الكبار والأطفال من خلال مظاهر السلوك المعبر عنها.

القيم الأخلاقية التي ينبغى إكسابها لأطفال ما قبل المدرسة:

قمت باستنباط مرجعية منهجية للقيم الأخلاقية التي ينبغى أن يكتسبها طفل ما قبل المدرسة وذلك من خلال إجراء الآتي:

١. استطلاع رأى بعض خبراء التربية وعلم النفس والإعلام^{lxxxvii}.

٢. استطلاع رأى بعض معلمات رياض الأطفال.

بهدف التوصل إلى قائمة القيم الأخلاقية التي يمكن في ضوءها:

١. التعرف على مدى اتساق القيم الأخلاقية المتضمنة ببرامج الأطفال

التليفزيونية الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة بالقيم الأخلاقية التي

ينبغى غرسها لدى أطفال هذه المرحلة العمرية.

٢. التعرف على مدى اهتمام برامج الأطفال بالقيم الأخلاقية التي ينبغى

غرسها لدى الأطفال.

٣. استكشاف دور برامج الأطفال في استكمال دور رياض الأطفال نحو

غرس القيم الأخلاقية لدى أطفال ما قبل المدرسة.

وتضمنت تلك القائمة القيم الأخلاقية الآتية: الصدق - الأمانة - طاعة الوالدين - الكرم - الوفاء - الرحمة - القناعة احترام الكبير - اتباع آداب السلوك - التعاون.

وجاءت قيمتا الحياء والصبر باستطلاع رأى الخبراء فقط، في حين وردت اثنتا عشرة قيمة أخلاقية باستطلاع رأى معلمات رياض الأطفال فقط و هم: النظام - النظافة - الإيمان بالله وطاعته - الإيثار التسامح - حب الآخرين - احترام ملكية الآخرين - عدم الفتنة - المحافظة على الشيء - آداب المائدة - الصداقة - الشجاعة.

القيم الأخلاقية إجرائياً^{lxxxvii} :

هي مجموعة من السلوكيات التي يأتي بها الفرد صغيراً كان أو كبيراً، وتكون مرغوبة أو مستحسنة ويرتضيها الإطار القيمي للمجتمع الذي يعيش فيه الفرد، أي إنها تظهر من خلال نماذج السلوك الأخلاقي المرغوب فيها، وتشمل الصدق، الأمانة، الكرم، الوفاء، الإخلاص، طاعة الوالدين، الإيمان بالله وطاعته^{lxxxvii}.

القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها إجرائياً :

أقصد بها نماذج السلوك اللأخلاقي أو نماذج السلوك الأخلاقي غير المرغوب فيها دينياً واجتماعياً و تربوياً، وبالتالي غير مرغوب في غرسها أو تقديمها لأطفال ما قبل المدرسة من خلال ما تحتويه برامجهم التليفزيونية، وقد تكون بعضها مقابلة لبعض نماذج السلوك الأخلاقي المرغوب فيها فمثلاً نجد الكذب مقابل الصدق، السرقة مقابل الأمانة، العدل مقابل الظلم.

القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال :

أقصد بها أن تتضمن برامج الأطفال بمحتواها قيمًا أخلاقية سواء تظهر مجردة و (لفظيًا) أو في شكل نماذج من السلوك الأخلاقي المرغوب فيه أو غير المرغوب فيه، التي بدورها تعبر عن قيم أخلاقية مرغوب فيها أو غير مرغوب فيها.

برامج الأطفال بالتلفزيون المصري^{lxxxvii}:

البرنامج التلفزيوني عبارة عن : فكرة تعد وتعالج بالصوت والحركة المرئية في قوالب درامية أو ترفيهية أو تثقيفية باستخدام شاشة التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسائل الاعلامية وتعتمد أساسًا على الصورة المرئية^{lxxxvii}.

وبرامج الأطفال هي البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال، بمعنى آخر جميع المواد المسموعة والمرئية التي يتم إنتاجها بقصد إذاعتها وعرضها على الأطفال من خلال التلفزيون.

وأقصد بها برامج الأطفال الموجهة لطفل ما قبل المدرسة عبر القناة الأولى والقناة الثانية بالتلفزيون المصري والتي تتضمنها الخريطة البرمجية التي تم تحديدها في عينة الدراسة. و لا تشمل أفلام الكارتون أو المسلسلات الأجنبية المدبلجة والمترجمة التي تعرض خارج الخريطة البرمجية المعدة من قبل إدارة برامج الأطفال في كل من القناة الأولى والقناة الثانية.

طفل ما قبل المدرسة:

أقصد به الطفل في المرحلة العمرية من (٤ - ٦) سنوات سواء أكان ملتحقًا برياض الأطفال أو غير ملتحق بها.

الدورة الإذاعية التليفزيونية :

أقصد بها دورة البرامج التليفزيونية وهى عادة مدتها ثلاثة شهور متصلة، ويتم في نهاية هذه المدة الزمنية إعادة النظر بحذف برامج أو إضافة أخرى جديدة على شاشة التليفزيون مع إجراء تعديل توقيتات عرضها وغالبًا ما يقتصر هذا التغيير على تغيير يوم العرض فقط.

حدود الدراسة : تتحدد هذه الدراسة ونتائجها :

١. بالعينة البرامجية التي خضعت للدراسة وهى عينة من برامج الأطفال بالتليفزيون المصري الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة عبر القنوات الرئيسيتين (الأولى، الثانية).
٢. بالفترة الزمنية عينة الدراسة وهى الدورة البرامجية التليفزيونية ومدتها ثلاثة أشهر أثناء إعداد هذه الدراسة.
٣. بحدود القنوات التي أجريت عليها الدراسة فقد اقتضت الدراسة على قناتى التليفزيون المصري الأولى والثانية، لذا تخرج عن حدود الدراسة باقى القنوات المحلية والمتخصصة إضافة إلى القنوات الفضائية الإقليمية والعالمية.
٤. بحدود أهدافها التي تسعى الدراسة إلى التحقق منها فهى لا تخرج عن رصد القيم الأخلاقية في برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتليفزيون المصري.

الفصل الثالث

آليات الغرس الثقافي للقيم الأخلاقية في برامج الأطفال التلفزيونية

(التلفزيون المصري نموذجاً)

هذا الفصل يتضمن عرض نتائج الدراسة التحليلية التي قمت بإجرائها، ويتم مناقشتها في ضوء ما تم التوصل إليه من خلال استطلاع رأى معلمات رياض الأطفال واستطلاع رأى الخبراء، وفي ضوء نتائج بعض الدراسات السابقة بالتركيز على دراسة كل من : سهير أحمد محمد ١٩٩٣م، أمل حسن حرات ١٩٩٠م، هناء السيد محمد ١٩٩٠م. وفق المباحث التالية:

المبحث الأول : آليات البرامج :

أولاً : برامج الأطفال التي تضمنت القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

ثانياً : برامج الأطفال التي تضمنت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها.

ثالثاً : ترتيب برامج الأطفال وفق ما تضمنته من قيم أخلاقية.

رابعاً: دعوة برامج الأطفال بالتخلي أو التخلي عن القيم الأخلاقية التي تعرضها.

المبحث الثاني : آليات الشكل:

أولاً : اللغة والمستوى اللغوي الذي قدمت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

ثانيًا : أساليب عرض القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

ثالثًا : الصورة المرئية المصاحبة لظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.

رابعًا: القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.

المبحث الثالث : آليات المضمون:

أولاً : القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري.

- عددها.
- تكرار ظهورها.
- المساحة الزمنية التي شغلتها.
- ماهية القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
- ترتيب القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
- ماهية القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
- ترتيب القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

ثانيًا : القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالقناة الأولى.

ثالثًا : القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالقناة الثانية.

رابعًا: القيم الأخلاقية المتضمنة في بعض الفقرات المستوردة ببرامج الأطفال.

خامساً: المصادر التي قدمت من خلالها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.

سادساً: المكان الذي ارتبطت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

المبحث الأول

(آليات البرامج)

أولاً : برامج الأطفال التي تضمنت القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

ثانياً : برامج الأطفال التي تضمنت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها.

ثالثاً : ترتيب برامج الأطفال وفق ما تضمنته من قيم أخلاقية.

رابعاً: دعوة برامج الأطفال بالتخلي أو التخلي عن القيم الأخلاقية التي تعرضها.

تضمنت برامج أطفال ما قبل المدرسة بالقناة الأولى والقناة الثانية في التليفزيون المصري بصفة عامة قيماً أخلاقية، فيما عدا برنامج سينما الأطفال الذي يقدم في صباح يوم الجمعة من كل أسبوع على القناة الأولى. وبصفة عامة تفاوت تكرار ظهور بعض القيم الأخلاقية والمساحة الزمنية التي شغلتها بمحتوى كل برنامج من برامج الأطفال. وتم تقسيم برامج الأطفال وفقاً لما تضمنته من قيم أخلاقية إلى: برامج الأطفال تضمنت قيماً أخلاقية مرغوباً فيها، وبرامج الأطفال تضمنت قيماً أخلاقية غير مرغوب فيها. فجاءت وفق هذا التقسيم كما يلي:

أولاً : برامج الأطفال التي تضمنت قيماً أخلاقية مرغوباً فيها:

جميع برامج الأطفال بالقناة الأولى والقناة الثانية وعددها (١١) برنامجاً

تضمنت قيماً أخلاقية مرغوباً فيها ولكن:

١- بعض برامج الأطفال احتكرت بمحتواها ظهور بعض القيم الأخلاقية

المرغوب فيها، حيث ظهرت بعض القيم الأخلاقية المرغوب فيها

بمحتوى بعض برامج الأطفال ولم يتكرر ظهورها بمحتوى باقي البرامج الأخرى وهى: قيمة احترام الكبير ببرنامج حرف وكلمة، طاعة المعلم ببرنامج اطلب وأتمنى، الإحسان ببرنامج قلوب بتحبك، الإخلاص ببرنامج حكايات ومعانى، احترام ملكية الآخرين ببرنامج دنيا الأطفال. كما تكرر ظهور بعض القيم الأخلاقية (مرتين) بمحتوى بعض البرامج ولم تظهر أيضاً في البرامج الأخرى هي قيمة آداب الطعام ببرنامج مع الأصدقاء، قيمتا التسامح والشجاعة ببرنامج دنيا الأطفال. بذلك اقتصر ظهور ٣٢% من القيم الأخلاقية المرغوب فيها وعددها (٨) قيم ضمن محتوى ٥٤,٥٥% من برامج الأطفال والتي عددها (٦) برامج و لم يتكرر ظهورها في برامج الأطفال الأخرى.

٢- تضمنت جميع برامج الأطفال (عينة الدراسة) بمحتواها أكثر من قيمة أخلاقية مرغوب فيها فيما عدا برنامج احتفالات المدارس الذي لم يتضمن سوى قيمة أخلاقية واحدة مرغوب فيها هي قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن، وقد تمثلت فيه بنسبة ٢٦,٦٧% من حيث إجمالي تكرار ظهور هذه القيمة، والمساحة الزمنية التي شغلها بمحتواه وبما يمثل نسبة ٣٤,٣٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها تلك القيمة، بمعنى آخر أن ٩٠,٠٩% من برامج الأطفال تضمنت أكثر من قيمة أخلاقية مرغوب فيها.

٣- تفاوت تكرار ظهور ٦٨% من القيم الأخلاقية المرغوب فيها وعددها (١٧) قيمة والمساحة الزمنية التي شغلها كل قيمة بمحتوى ٩٠,٠٩% من برامج الأطفال وعددها (١٠) برامج.

ثانياً : برامج الأطفال التي تضمنت قيماً أخلاقية غير مرغوب فيها:

- ١- تضمنت ٣٦,٣٦% من برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها وعددها (٤) برامج هي: برنامج يحكى أن وبرنامج دنيا الكارتون، أي تضمنت في محتوى ٢٥% من برامج أطفال القناة الأولى. برنامج دنيا الأطفال وبرنامج حكايات ومعاني، أي تضمنت في محتوى ٦٦,٦٧% من برامج أطفال القناة الثانية.
- ٢- ٧٥% من القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ظهرت في أحد هذه البرامج ولم يتكرر ظهورها في باقي البرامج الأخرى كما يلي: اقتصر ظهور قيم: الطمع، الجشع، الخبث، الظلم، الانتقام من الآخرين بمحتوى برنامج حكايات ومعاني، بمعنى أن هذا البرنامج احتكر ظهور ٤١,٦٧% من القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمحتواه.
- ٣- اقتصر ظهور قيمتي التصنت على الآخرين والبخل بمحتوى برنامج دنيا الأطفال أي أنه احتكر ١٦,٦٧% من القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها. كما اقتصر ظهور قيمة الغرور ببرنامج يحكى أن، والكذب ببرنامج دنيا الكارتون أي أن كلاهما احتكر ٨,٣٣% من القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها. وبذلك تباين تكرار ظهور ٢٥% فقط من القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمحتوى برامج الأطفال.

ثالثاً : ترتيب برامج الأطفال وفق ما تتضمنه من قيم أخلاقية:

اتضح تباين تكرار ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة والمساحة الزمنية التي شغلتها بمضمون كل برنامج، مما يستدعى التعرف على ترتيب برامج الأطفال وفق ما تضمنته من:

- قيم أخلاقية بصفة عامة.

- قيم أخلاقية مرغوب فيها.

- قيم أخلاقية غير مرغوب فيها.

هذا وقد اعتمدت في ترتيب برامج الأطفال وفق هذه المحاور الثلاثة على:

- عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية بمحتوى البرنامج.

- إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية بمحتوى البرنامج.

وجاء ترتيب برامج الأطفال كما يلي:

أ. ترتيب برامج الأطفال وفق ما تضمنه محتواها من قيم أخلاقية بصفة عامة:

■ الترتيب وفق عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في محتوى كل برنامج وما يمثله من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة في برامج الأطفال:

١- برنامج دنيا الأطفال جاء في الترتيب الأول حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية في محتواه (٣٧) مرة بما يمثل نسبة ٢٧,٤١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٢- برنامج مع الأصدقاء، جاء في الترتيب الثاني حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية في محتواه (٢٠) مرة بما يمثل نسبة ١٤,٨١%.

٣- برنامج يحكى أن ، جاء في الترتيب الثالث حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية في محتواه (١٦) مرة بما يمثل نسبة ١١,٨٥.

٤- برنامج حكايات ومعاني، ظهر في الترتيب الرابع حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية في محتواه (١٤) مرة بما يمثل نسبة ١٠,٣٧.

٥- برنامج حرف وكلمة وبرنامج قلوب بتحبك، حصلا على نفس الترتيب (الخامس) حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية في محتوى كل برنامج

منهما (١٢) مرة بما يمثل نسبة ٨,٨٩% لكل منهما.

٦- برنامج اطلب وأتمنى، حصل على الترتيب السادس حيث تكرر ظهور

القيم الأخلاقية في محتواه (٦) مرات بما يمثل نسبة ٤,٤٤%.

٧- برنامج عروستي وبرنامج دنيا الكارتون، حصلا على نفس الترتيب

السابع حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية في محتوى كل منهما (٥)

مرات بما يمثل نسبة ٣,٧١% لكل منهما.

٨- برنامج النادي الصغير وبرنامج احتفالات المدارس ، حصلا على نفس

الترتيب الثامن والأخير حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية في محتوى

كل برنامج منهما (٤) مرات بما يمثل نسبة ٢,٩٦% لكل منهما.

■ الترتيب وفق المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في محتوى كل

برنامج وما تمثله من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم

الأخلاقية بصفة عامة في برامج الأطفال :

١- برنامج دنيا الأطفال جاء في الترتيب الأول أيضاً حيث شغلت القيم

الأخلاقية في محتواه (٦٦) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٤,٢٦%.

٢- برنامج مع الأصدقاء جاء في الترتيب الثاني أيضاً حيث شغلت القيم

الأخلاقية في محتواه (٦٠) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٢,٠٦%.

٣- برنامج حرف وكلمة صعد من الترتيب الخامس من حيث عدد تكرار

ظهور القيم الأخلاقية في محتواه إلى الترتيب الثالث من حيث المساحة

الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في محتواه والتي بلغت (٢٧) دقيقة

بما يمثل نسبة ٩,٣٩%.

٤- برنامج يحكى أن وبرنامج قلوب بتحبك، حصلا على الترتيب الرابع لكل

منهما - حيث شغلت القيم الأخلاقية في محتوى كل برنامج منهما (٢١)

دقيقة بما يمثل نسبة ٨,٠٩% لكل منهما، مع ملاحظة أن برنامج يحكى

أن هبط من الترتيب الثالث من حيث عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في محتواه، بينما برنامج قلوب بتحبك صعد من الترتيب الخامس.

٥- برنامج عروستي حصل على الترتيب الخامس حيث شغلت القيم الأخلاقية في محتواه (١٦) دقيقة بما يمثل نسبة ٥,٨٨% مع ملاحظة صعوده من الترتيب السابع إلى الترتيب الخامس.

٦- برنامج حكايات ومعاني انفراد بالترتيب السادس حيث شغلت القيم الأخلاقية في محتواه (١٤) دقيقة بما يمثل نسبة ٥,١٥% مع ملاحظة هبوطه من الترتيب الرابع.

٧- برنامج النادي الصغير حصل على الترتيب السابع حيث شغلت القيم الأخلاقية في محتواه (١٣) دقيقة بما يمثل نسبة ٤,٧٨%.

٨- برنامج اطلب وأتمنى و برنامج احتفالات المدارس ، حصلا على الترتيب الثامن حيث شغلت القيم الأخلاقية في محتوى كل منهما (١١) دقيقة بما يمثل نسبة ٤,٠٤% لكل منهما.

٩- برنامج دنيا الكارتون حصل على الترتيب التاسع والأخير حيث شغلت القيم الأخلاقية في محتواه (١٠) دقائق بما يمثل نسبة ٣,٦٨%.

مما سبق يتضح أن : برنامج دنيا الأطفال الذي يقدم بالقناة الثانية شغل الترتيب الأول ببرامج الأطفال وفق عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة وأيضاً وفق المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية بصفة عامة بمحتواه، حيث تكرر ظهور القيم بمحتواه (٣٧) مرة بما يمثل ٢٧,٤١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، والتي شغلت (٦٦) دقيقة بما يمثل ٢٤,٢٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية وبذلك يفوق باقي برامج الأطفال لما تضمنه من قيم أخلاقية.

وقد يرجع ذلك إلى:

١. طول إذاعة حلقة البرنامج: حيث أن الزمن المخصص لإذاعة

حلقات البرنامج هو محتواه (٣٠) دقيقة وهذه المدة الزمنية ليست قصيرة إذا ما قورنت بزمن إذاعة أي برنامج أطفال آخر بما يسمح بتقديم فقرات عديدة قد تتضمن بمحتواها قيمًا أخلاقية.

٢. دورية إذاعة البرنامج: حيث أنه يعد البرنامج الوحيد بالقناتين الأولى والثانية الذي يذاع يوميًا عدا يوم الجمعة من كل أسبوع لذا ظهر في جميع أيام عينة الدراسة فيما عدا يومين هما الجمعة الموافق ٩٨/١٠/٩ ويوم الجمعة الموافق ٩٨/١٢/٤.

٣. نظرًا لدورية إذاعته فقد ورد ضمن عينة الدراسة ممثلًا في (١٠) حلقات بإجمالي زمن (٢٩٠) دقيقة بما يمثل ٤٠% من إجمالي زمن برامج الأطفال عينة الدراسة.

ب. ترتيب برامج الأطفال وفق ما تضمنه محتواها من قيم أخلاقية مرغوب فيها:

■ الترتيب وفق عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في محتوى كل برنامج وما يمثله من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال بصفة عامة:

١- برنامج دنيا الأطفال حصل على الترتيب الأول حيث ظهرت فيه قيمة أخلاقية مرغوب فيها وهي: الوفاء والتضحية من أجل الوطن - الإيمان بالله وطاعته - النظافة - حب الآخرين - الكرم - طاعة الوالدين - التعاون - العطف - الرحمة - الالتزام بآداب السلوك - التسامح - العدل - الصدق - الشجاعة - التنافس الحر - احترام ملكية الآخرين، وقد بلغ إجمالي تكرار ظهور هذه القيم ضمن محتوى البرنامج (٢٩) مرة بما يمثل نسبة ٢٦,١٣%.

٢- برنامج مع الأصدقاء حصل على الترتيب الثاني، فقد تضمن (١٠) قيم هي: آداب الطعام والمائدة - النظافة - الإيمان بالله وطاعته - الكرم - التعاون - حب الآخرين - الأمانة - العطف - الالتزام بآداب السلوك - الوفاء والتضحية من أجل الوطن، وقد بلغ مجموع تكرار ظهور هذه القيم ضمن البرنامج (٢٠) مرة بما يمثل نسبة ١٨,٠٢%.

٣- برنامج يحكى أن حصل على الترتيب الثالث، حيث تضمن: قيم هي الوفاء والتضحية من أجل الوطن - الكفاح والعمل - طاعة الوالدين - الإيمان بالله وطاعته - الالتزام بآداب السلوك - النظافة - التعاون - الرحمة - حب الآخرين، هذا وقد بلغ مجموع تكرار ظهور هذه القيم ضمن البرنامج (٢٠) مرة بما يمثل نسبة ١٢,٦١%.

٤- برنامج قلوب بتحبك وبرنامج حرف وكلمة، حصلا على نفس الترتيب الرابع حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في محتوى كل منهما (١٢) مرة بما يمثل نسبة ١٠,٨٢% لكل منهما. فتضمن برنامج قلوب بتحبك (٦) قيم هي: الوفاء والتضحية من أجل الوطن - الرحمة - النظام - الوفاء - الإحسان - الالتزام بآداب السلوك. و تضمن برنامج حرف وكلمة (٩) قيم هي: الكفاح والعمل - التعاون - الإيمان بالله وطاعته - احترام الكبير - الصدق - حب الآخرين - العطف - الكرم - طاعة الوالدين.

٥- برنامج اطلب وأتمنى حصل على الترتيب الخامس، فقد تضمن (٤) قيم هي: النظافة - طاعة المعلم - الكفاح والعمل - طاعة الوالدين، بلغ مجموع تكرار هذه القيم ضمن محتوى البرنامج (٦) مرات بما يمثل نسبة ٥,٤٠%.

٦- برنامج عروستي حصل على الترتيب السادس، حيث تضمن (٣) قيم

هي: الوفاء - حب الآخرين - التنافس الحر، بلغ مجموع تكرار ظهور هذه القيم (٥) مرات بما يمثل نسبة ٤,٥٠%.

٧- برنامج النادي الصغير وبرنامج احتفالات المدارس، حصل على الترتيب السابع حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن محتوى كل برنامج منهما (٤) مرات بما يمثل نسبة ٣,٦٠%؛ فتضمن برنامج النادي الصغير (٤) قيم هي: الكرم - النظافة - النظام - الأمانة. وتضمن برنامج احتفالات المدارس قيمة واحدة هي: الوفاء والتضحية من أجل الوطن.

٨- برنامج حكايات ومعاني حصل على الترتيب الثامن، فقد تضمن (٣) قيم هي: الإيمان بالله وطاعته - العدل - الإخلاص، بلغ مجموع تكرار ظهور هذه القيم في محتوى البرنامج (٣) مرات بما يمثل نسبة ٢,٧٠%.

٩- برنامج دنيا الكارتون حصل على الترتيب التاسع والأخير، فقد تضمن قيمتين هما: الوفاء - الأمانة ومجموع تكرار ظهور هذه القيم في محتوى البرنامج (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٨٠%.

■ الترتيب وفق المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها في محتوى كل برنامج وما تمثله من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال بصفة عامة:

١- برنامج مع الأصدقاء جاء في الترتيب الأول بعد أن كان في الترتيب الثاني من حيث عدد التكرارات حيث شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (٦٠) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٤,٩٠%.

٢- برنامج دنيا الأطفال جاء في الترتيب الثاني بعد أن كان في الترتيب الأول من حيث عدد التكرارات حيث شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (٥٤) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٢,٧١%.

- ٣- برنامج حرف وكلمة جاء في الترتيب الثالث بعد أن كان في الترتيب الرابع من حيث عدد التكرارات ؛ فقد شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (٢٧) دقيقة بما يمثل نسبة ١١,٢٠%.
- ٤- برنامج قلوب بتحبك حصل على الترتيب الرابع أيضاً وبذلك احتفظ بترتيبه حيث شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (٢٢) دقيقة بما يمثل نسبة ٩,١٣%.
- ٥- برنامج يحكى أن حصل على الترتيب الخامس بعد أن كان في الترتيب الثالث من حيث عدد التكرارات وقد شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (٢٠) دقيقة بما يمثل نسبة ٨,٣٠%.
- ٦- برنامج عروستي حصل على نفس الترتيب السادس، حيث شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (١٦) دقيقة بما يمثل نسبة ٦,٦٤%.
- ٧- برنامج النادي الصغير حصل على نفس الترتيب السابع، فقد شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (١٣) دقيقة بما يمثل نسبة ٥,٤٠%.
- ٨- برنامج احتفالات المدارس وبرنامج اطلب وأتمنى، حصلا على الترتيب الثامن، حيث شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها في محتوى كل برنامج منهما (١١) دقيقة بما يمثل نسبة ٤,٥٦% لكل منهما وبذلك تراجع برنامج احتفالات المدارس من الترتيب السابع إلى الترتيب الثامن، كما تراجع برنامج اطلب وأتمنى من الترتيب الخامس إلى الترتيب الثامن.
- ٩- برنامج دنيا الكارتون حصل على نفس الترتيب وهو التاسع، حيث شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٦٦%.
- ١٠- برنامج حكايات ومعاني حصل على الترتيب العاشر والأخير

وهو بهذا تراجع من الترتيب الثامن من حيث عدد التكرارات وقد شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه (٣) دقائق بما يمثل نسبة ١,٢٤%.

مما سبق يلاحظ الآتي:

١. برنامج دنيا الأطفال جاء بالترتيب الأول وفقاً لتكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه، وذلك ما قد يعكس مدى اهتمام القائمين على هذا البرنامج بأن يتضمن محتواه قيماً أخلاقية مرغوباً فيها تبث لأطفال ما قبل المدرسة المشاهدين، حيث أنه البرنامج الوحيد الذي يحدد على تتر مقدمته أنه موجه للأطفال (من ٤ - ٦ سنوات)، ونظراً لدورية إذاعة البرنامج (يوميًا عدا الجمعة)، فإنه يوجد لكل يوم إذاعة فريق عمل خاص به يشمل (معدًا - مقدمًا - مخرجًا) مما يبعث في البرنامج روح التنافس بين القائمين عليه لتقديم محتوى هادف ومتميز لجذب أكبر عدد من الأطفال المشاهدين، وينعكس ذلك على خصوبة المضمون المقدم لطفل ما قبل المدرسة بالقيم وبالمعلومات الجادة والمفيدة، وتتوع الموضوعات والأفكار التي يطرحها البرنامج للأطفال بكل حلقة (يوميًا عدا الجمعة) نظراً لتنوع أفكار القائمين على البرنامج. وبذلك يحقق البرنامج التوازن بين دورية الإذاعة وجذب الأطفال لمشاهدة البرنامج بدون شعورهم بالملل والرتابة.

٢. جاء برنامج مع الأصدقاء بالترتيب الأول وفقاً للمساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه، وقد يرجع ذلك إلى: اتساع المساحة الزمنية للبرنامج الخاضعة للتحليل

نسبيًا حيث تكرر ظهوره ضمن برامج الأطفال عينة الدراسة.
واتساع المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب
فيها بمحتواه.

ج. ترتيب برامج الأطفال التي تضمنت قيمًا أخلاقية غير مرغوب فيها:
■ الترتيب وفق عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها في
محتوى كل برنامج وما يمثله من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم
الأخلاقية غير المرغوب فيها في برامج الأطفال بصفة عامة:
١- برنامج حكايات ومعاني ظهر في الترتيب الأول وتضمن (٧) قيم هي:
الطمع - الخداع - الأنانية - الجشع - الخبث - الظلم - الانتقام من
الآخرين، وقد بلغ مجموع تكرار ظهور هذه القيم ضمن محتوى
البرنامج (١١) مرة بما يمثل نسبة ٤٥,٨٤% من إجمالي تكرار هذه
القيم.

٢- برنامج دنيا الأطفال جاء في الترتيب الثاني وتضمن (٤) قيم هي:
التصنت على الآخرين - الخداع - البخل - السرقة، وقد بلغ مجموع
تكرار ظهور هذه القيم ضمن محتوى البرنامج (٨) مرات بما يمثل
نسبة ٣٣,٣٣%.

٣- برنامج دنيا الكارتون ظهر في الترتيب الثالث وتضمن (٣) قيم هي:
السرقة - الخداع - الكذب، وقد بلغ مجموع تكرار ظهور هذه القيم (٣)
مرات بما يمثل نسبة ١٢,٥٠%.

٤- برنامج يحكى أن، جاء في الترتيب الرابع والأخير حيث تضمن قيمتين
هما: الغرور - الأنانية، بلغ مجموع تكرار ظهورهما (مرتين) بما يمثل
نسبة ٨,٣٣%، بمعنى أن كل قيمة منهما ظهرت مرة واحدة.

■ الترتيب وفق المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب

فيها في محتوى كل برنامج وما تمثله من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها في برامج الأطفال بصفة عامة:

١- برنامج دنيا الأطفال جاء في الترتيب الأول بعد أن كان في الترتيب الثاني من حيث عدد التكرارات، حيث شغلت القيم الأخلاقية غي المرغوب فيها بمحتواه (١٢) دقيقة بما يمثل نسبة ٣٨,٧١%.

٢- برنامج حكايات ومعاني جاء في الترتيب الثاني رغم أنه كان في الترتيب الأول من حيث عدد التكرارات وقد شغلت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمحتواه (١١) دقيقة بما يمثل نسبة ٣٥,٤٩%.

٣- برنامج دنيا الكارتون حصل على نفس الترتيب الثالث، وشغلت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمحتواه (٦) دقائق بما يمثل نسبة ١٩,٣٥%.

٤- برنامج يحكى أن حصل على نفس الترتيب الرابع، وقد شغلت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمحتواه (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٦,٤٥%.
مما سبق يتضح أن:

١. برنامج حكايات ومعاني جاء في الترتيب الأول وفق تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمحتواه ويرجع ذلك إلى فكرة البرنامج حيث تعتمد على تقديم حكاية للأطفال بكل حلقة ثم يليها تعليق يتضمن المعاني المستخلصة من تلك الحكاية مما يؤدي إلى تكرار ظهور القيم الأخلاقية على الأقل مرتين (مرة بالحكاية وأخرى بالمعاني).

٢. برنامج دنيا الأطفال جاء بالترتيب الأول وفق المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمحتواه، رغم

أن الفارق بينها وبين مثيلتها ببرنامج حكايات ومعانى هو (دقيقة واحدة).

رابعاً: دعوة برامج الأطفال بالتخلي أو التخلي عن القيم الأخلاقية التي تعرضها:

اختلف تدعيم واتجاه برامج الأطفال نحو القيم الأخلاقية المتضمنة فيها وفقاً لطبيعة مضمون هذه القيم، فبرامج الأطفال تدعو للتخلي بالقيم الأخلاقية المرغوب فيها، كما تدعو للتخلي أو لتجنب القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، إلا أن هناك بعض القيم الأخلاقية سواء كان مرغوباً فيها أو غير مرغوب فيها لم تظهر برامج الأطفال موقفاً تجاهها، أي أن موقفها حيادي ذو اتجاه سلبي، فهي تدعو للتخلي بها ولم تدعو للتخلي عنها أو لتجنبها، و هنا يكمن الخطر الذي تمثله القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها المتضمنة في برامج الأطفال على الأطفال المشاهدين لهذه البرامج.

حيث اتضح ما يلي:

- ١- تدعم برامج الأطفال بعض القيم الأخلاقية بما يحفز طفل ما قبل المدرسة لاكتسابها، سواء كان تدعيماً لفظياً، أو عن طريق تقديم نماذج من السلوك الأخلاقي الذي يرتبط بقيمة أخلاقية ما، بما يمثل تدعيماً عياناً لهذه القيمة للأطفال المشاهدين، أو بما يدعم اكتساب بعض القيم الأخلاقية لدى أطفال ما قبل المدرسة في حالة اكتسابهم لتلك القيم من خلال الأسرة أو رياض الأطفال وبذلك تستكمل برامج الأطفال بالتلفزيون دور كل منهما في التربية الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة.
- ٢- عملت برامج الأطفال على تدعيم بعض القيم الأخلاقية المتضمنة فيها، أثناء عرضها للأطفال المشاهدين سواء كان هذا التدعيم تهدف إليه بقصد أو بدونه.

٣- أغفلت برامج الأطفال تدعيم بعض القيم الأخلاقية أثناء تكرار ظهورها بمضمون برامج الأطفال (٤٩) مرة بما يمثل نسبة ٣٦,٣٠% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة ببرامج الأطفال. وهذا ما سوف يتضح من خلال عرض النتائج التالية:

أ. القيم الأخلاقية التي تدعو برامج الأطفال إلى التحلي بها:

بلغ تكرار ظهور هذه القيم (٦٨) مرة بما يمثل نسبة ٥٠,٣٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وشغلت (١٥٣) دقيقة في مضمون برامج الأطفال بما يمثل نسبة ٥٦,٢٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال. وهذا يعنى أن برامج الأطفال في الغالب تدعو إلى التحلي بالقيم الأخلاقية المرغوب فيها دون سواها مما يتضح من عدد تكرار ظهورها. حيث بلغ تكرار ظهور بعض القيم الأخلاقية المرغوب فيها التي تدعو برامج الأطفال للتحلي بها والمساحة الزمنية التي تشغلها (نفس عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية التي تدعو برامج الأطفال للتحلي بها ونفس المساحة التي تشغلها أيضاً بصفة عامة)، وهو (٦٨) مرة، بما يمثل نسبة ٦١,٢٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال وأيضاً شغلت هذه القيم (١٥٣) دقيقة بما يمثل نسبة ٦٣,٤٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال. عملت برامج الأطفال على تدعيم (١١) قيمة تدعو للتحلي بها تماماً بنسبة ١٠٠% من إجمالي تكرار ظهورها هذه القيم ببرامج الأطفال وهي القيم الآتية: العطف، اتباع آداب السلوك، التسامح، العدل، النظام، الصدق، الشجاعة، آداب الطعام، احترام الكبير، الإخلاص، احترام ملكية الآخرين. كما عملت برامج الأطفال على تدعيم تكرار ظهور باقي القيم الأخلاقية المرغوب

فيها بما يدعو للتخلي بها نسبياً وعددها (١٤) قيمة كما سيتضح من خلال عرض القيم الأخلاقية التي لم تدعمها برامج الأطفال فيما بعد.

ووصلت لما يلي:

١- اتجاه برامج الأطفال نحو القيم الأخلاقية المرغوب فيها المتضمنة بها، هو اتجاه إيجابي حيث تدعو الأطفال المشاهدين إلى التخلي بغالبية تلك القيم بنسبة ٦١,٢٦% من إجمالي تكرار ظهور تلك القيم، مما يظهر معه تدعيم برامج الأطفال لغالبية هذه القيم وفقاً لتكرار ظهورها مصحوبة بتدعيم لفظي أو عياني.

٢- الاتجاه والموقف السلبي لبرامج الأطفال عند تقديم بعض القيم الأخلاقية المرغوب فيها المتضمنة بها بمعدل تكرار يصل إلى (٤٣) مرة بما يمثل نسبة ٣٨,٧٤% ، بما لا يدعو أطفال ما قبل المدرسة المشاهدين ويحفزهم لاكتساب هذه القيم أو بما يدعمها لدى الأطفال.

ب. القيم الأخلاقية التي تدعو برامج الأطفال إلى تجنبها:

بلغ تكرار ظهور هذه القيم (١٨) مرة بما يمثل نسبة ١٣,٣٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٢١) دقيقة بما يمثل نسبة ٧,٧٢% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية بمضمون برامج الأطفال.

تمثلت القيم الأخلاقية التي تدعو برامج الأطفال إلى تجنبها في بعض القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي بلغ تكرار ظهورها (١٨) مرة بما يمثل نسبة ٧٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، شغلت هذه القيم (٢١) دقيقة بما يمثل نسبة ٦٧,٧٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمضمون برامج الأطفال. وهي الطمع، الجشع، التصنت على الآخرين، السرقة، الخبث،

الظلم، الانتقام من الآخرين، كما يوجد بعض القيم الأخرى دعمتها برامج الأطفال من خلال تكرار ظهورها وهي البخل، الخداع، الأنانية.

واتضح ما يلي:

١- موقف برامج الأطفال ووعيها بما تتضمنه من قيم أخلاقية غير مرغوب فيها قامت بتدعيمها بما يدعو أطفال ما قبل المدرسة المشاهدين إلى تجنب اكتسابها أو التخلي عنها في حالة اكتساب الأطفال لبعضها منها. وهذا لا ينفي اكتساب الطفل لبعض نماذج السلوك غير الأخلاقي الذي تقدمه برامج الأطفال عن طريق التقليد، فقد يقوم الطفل بتقليد ما يراه في ظل عدم إBRAKه أو عدم متابعته وإنصاته لحديث أو تعليق المذبة حول تجنب ذلك السلوك.

٢- يجب على برامج الأطفال أن لا تتضمن قيمًا أخلاقية غير مرغوب فيها ولا تقدم نماذج للسلوك اللاأخلاقي لطفل ما قبل المدرسة نظرًا لقدرته المحدودة على تفسير ما يشاهده، وبالأخص في ظل إدراك برامج الأطفال لما تتضمنه من تلك القيم بما يوضح إنها تقدم هذه القيم والسلوكيات غير المرغوب فيها اجتماعيًا وتربويًا ودينيًا وتدعمها بما يدعو الأطفال لتجنب اتباع مثل هذه السلوكيات أو لتجنب اكتساب تلك القيم.

٣- اقتصار برامج الأطفال على اتباع أسلوب الصواب والخطأ في عرض القيم الأخلاقية لا يناسب طفل ما قبل المدرسة الذي يحتاج إلى مزيد من التوضيح والتعليل.

وهذا ما تؤكد عليه بعض معلمات رياض الأطفال حيث أجمعن على أن طفل ما قبل المدرسة على سبيل المثال: لا يعرف ماذا نعني بكلمة سرقة أو كذب، ولا بد أن لا نذكر هذه الألفاظ على مسمعه حتى لا نلفت نظره إليها، بل

يجب التركيز على ما يقابل تلك القيم من قيم مرغوب فيها وهى الأمانة والصدق باتباع أسلوب النصح كمدخل تربوي أو عن طريق الثواب والعقاب فمثلاً تغرس إحداهن قيمة الأمانة لدى الطفل بأسلوب غير مباشر عن طريق احترام ملكية الآخرين وتعزز لديه أنه يجب علينا أن لا نأخذ حاجة مش بتاعتنا (أي ليست ملك لنا) أي تتبع أسلوب النصح لكي تجنبه السرقة. وتغرس معلمة أخرى قيمة الصدق لدى الطفل عن طريق الحلال والحرام والثواب والعقاب بأسلوب غير مباشر حيث تدعو الطفل إلى أن يكون جريئاً في الحدود المناسبة وأن يقول الصدق دائماً الذي عن طريقه يدخل الجنة لكي تجنبه الكذب.

من خلال عرض النتائج السابقة بما تشمله من قيم أخلاقية تدعو برامج الأطفال للتخلي بها أو للتخلي عنها وتجنبها يتضح أن برامج الأطفال بصفة عامة قامت بتدعيم ٦٣,٧٠% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية التي تضمنتها أثناء عرضها لأطفال ما قبل المدرسة، وأغفلت تدعيم بعض القيم الأخلاقية أثناء تكرار ظهورها بمضمون برامج الأطفال.

ج. القيم الأخلاقية التي لم تظهر ببرامج الأطفال موقفاً تجاهها (أي أغفلت تدعيمها):

بلغ تكرار ظهور هذه القيم (٤٩) مرة اتخذت نحوها برامج الأطفال موقفاً واتجاهاً سلبياً إذ إنها لم تدعو إلى التخلي بها أو التخلي عنها أو تجنبها، ويمثل تكرار ظهور هذه القيم نسبة ٦٦,٣٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٩٨) دقيقة بما يمثل ٣٦,٠٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية بصفة عامة في برامج الأطفال.

تمثلت هذه القيم في بعض من القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وفي بعض من القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها على النحو التالي:

١- أغفلت بعض برامج الأطفال تدعيم بعض القيم الأخلاقية المرغوب فيها وفقاً لتكرار ظهورها ببرامج الأطفال. فلم تظهر برامج الأطفال موقفها تجاه بعض من هذه القيم (٤٣) مرة بما يمثل نسبة ٣٨,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال، شغلت هذه القيم (٨٨) دقيقة بما يمثل نسبة ٣٦,٥١% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال.

٢- أغفلت برامج الأطفال تماماً تدعيم قيمة الإحسان بما يدعو للتخلي بها بنسبة ١٠٠% من إجمالي تكرار ظهورها بمضمون برامج الأطفال.

٣- أغفلت برامج الأطفال تدعيم بعض تكرار ظهور (١٣) قيمة أخلاقية مرغوب فيها لدى الأطفال المشاهدين، وهذا وفقاً لإجمالي تكرار ظهور كل قيمة ببرامج الأطفال، وهذه القيم (وفقاً لترتيبها من حيث إغفال تدعيمها ببرامج الأطفال) هي: قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن بنسبة ٨٠,٠١% من إجمالي تكرار ظهورها ببرامج الأطفال، تليها الرحمة بنسبة ٨٠%، تليها الأمانة بنسبة ٦٦,٦٦% يليها التعاون بنسبة ٦٥,٦٦%، يليها حب الآخرين بنسبة ٥٥,٥٥%، يليها التنافس الحر بنسبة ٥٠%، تليها طاعة الوالدين بنسبة ٤٩,٩٨%، يليها الوفاء بنسبة ٤٠%، تليها النظافة بنسبة ٢٢,٢٢% يليها الكفاح والعمل بنسبة ٢٠%، يليها الإيمان بالله وطاعته بنسبة ١٩,٢٤%، أخيراً الكرم بنسبة ١٦,٦٧%.

٤- جاء ترتيب برامج الأطفال الأكثر إغفالاً لتدعيم تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواها وما يمثلها من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية المتضمنة في كل برنامج كما يلي:

-
- برنامج احتفالات المدارس لم يدعم تمامًا قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن التي لم يتضمن سواها بنسبة ١٠٠% من إجمالي تكرار ظهورها بمحتواه.
 - يليه برنامج النادي الصغير الذي لم يدعم القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمحتواه بنسبة ٧٥%، يليه برنامج قلوب بتحبك بنسبة ٦٦,٦٧%، يليه برنامج عروستي بنسبة ٦٠%، يليه برنامج يحكى أن بنسبة ٥٠%، يليه برنامج حرف وكلمة بنسبة ٤١,٦٧%، يليه دنيا الأطفال بنسبة ٣٧,٩٣%، يليه مع الأصدقاء بنسبة ١٠%، وهي نسبة ضئيلة إذا ما قورنت بما تمثله بقية البرامج.
 - ٥- بعض برامج الأطفال لم تدعو لتجنب بعض القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها أثناء تكرار ظهورها بمحتواها، وهي:
 - برنامج يحكى أن الذي أغفل تمامًا التخلي عن قيمة الغرور بنسبة ١٠٠%، والتخلي عن قيمة الأنانية بنسبة ٥٠% من حيث التكرار والمساحة الزمنية التي شغلها تلك القيمة.
 - برنامج دنيا الكارتون أغفل تمامًا أن ينادى بالتخلي عن قيمة الكذب بنسبة ١٠٠%، أما برنامج دنيا الأطفال فقد أغفل بنسبة ٥٠% من تكرار ظهور كل من قيمتي البخل، الخداع بمحتواه. فهذه البرامج لم تظهر موقفها تجاه القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها (٦) مرات بما يمثل نسبة ٢٥% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، وقد شغلت هذه القيم (١٠) دقائق بما يمثل نسبة ٣٢,٢٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمحتوى برامج الأطفال بصفة عامة.

بذلك عرضت قيمة الغرور وقيمة الكذب ببرامج الأطفال دون أن تعمل
على مناداة الأطفال لتجنبها أو للتخلي عنها بما يمثل خطورة على أطفال ما
قبل المدرسة.

المبحث الثاني

(آليات الشكل)

أولاً : اللغة والمستوى اللغوي الذي قدمت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

ثانياً : أساليب عرض القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

ثالثاً : الصورة المرئية المصاحبة لظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.

رابعاً : القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.

أولاً: اللغة و المستوى اللغوي الذي قدمت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال:

قدمت القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال بالتلفزيون المصري باللغة العربية بنسبة ١٠٠%، وفقاً لعدد تكرارات القيم الأخلاقية في برامج الأطفال ووفقاً للمساحة الزمنية التي شغلتها في مضمون برامج الأطفال.

المستوى اللغوي الذي قدمت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال:

- قدمت القيم الأخلاقية بالفصحى المبسطة بنسبة ٩٧,٧٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وبنسبة ٩٧,٧٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

- قدمت باقي القيم الأخلاقية بالفصحى بنسبة ٢,٢٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وبنسبة ٢,٢١% من

إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها في برامج الأطفال.

- قدمت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمضمون برامج الأطفال بالتلفزيون المصري بالفصحى المبسطة بنسبة ١٠٠% وفقاً لإجمالي عدد تكرار (ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها وإجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها في مضمون برامج الأطفال). في حين قدمت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال بالتلفزيون المصري بالفصحى المبسطة ٢١ مرة بما يمثل نسبة ٨٧,٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال. شغلت هذه القيم ٢٥ دقيقة بما يمثل نسبة ٨٠,٦٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها في برامج الأطفال.

- قدمت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها باللغة العربية الفصحى ثلاث مرات بما يمثل نسبة ١٢,٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال. شغلت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي قدمت باللغة العربية الفصحى (٦) دقائق بما يمثل نسبة ١٩,٣٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال. و جاءت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمضمون برامج الأطفال الأولى مرتين بالفصحى المبسطة بما يمثل نسبة ٤٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الأولى. وشغلت هذه القيم (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٢٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الأولى. والقيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي قدمت بالفصحى المبسطة هما

قيمتا الغرور والأنانية والتي ظهرتta ضمن محتوى برنامج (يحكى أن). كما قدمت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمضمون برامج أطفال القناة الأولى باللغة العربية الفصحى ثلاث مرات بما يمثل نسبة ٦٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الأولى. شغلت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها والتي قدمت باللغة العربية الفصحى (٦) دقائق بما يمثل نسبة ٧٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمضمون برامج أطفال القناة الأولى. وهذه القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي قدمت باللغة العربية الفصحى هي : السرقة- الكذب - الخداع، والذي تضمنها برنامج دنيا الكارتون وشغلت ٤٠% من زمن إذاعة البرنامج.

ويرجع تقديم هذه القيم باللغة العربية الفصحى إلى طبيعة مضمون البرنامج حيث يقدم البرنامج أفلام كارتون للأطفال مصحوبة بتعليق المذيعة على فقرات ومحتوى البرنامج بين الحين والآخر، أي أن القالب الفني الذي تضمن هذه القيم وهو الكارتون المدبلج، والذي عادة ما يقدم باللغة العربية الفصحى حتى يتيسر تصديره من وإلى أطفال الدول العربية، لأنه إنتاج أجنبي ولكي يغطي تكلفة إنتاجه ويحقق أرباحه ينبغي أن يقدم باللغة العربية الفصحى ليتمكن معظم الأطفال من فهم لغته.

وقد تمت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بالفصحى المبسطة بنسبة ١٠٠% في محتوى برامج أطفال القناة الثانية (وفقاً لإجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها والمساحة الزمنية التي شغلتها هذه القيم في برامج أطفال القناة الثانية).

بذلك يعد المستوى اللغوي السائد الذي قدمت به القيم الأخلاقية لأطفال ما قبل المدرسة في برامج الأطفال بالتلفزيون عبر القنوات الأولى والثانية هو الفصحى المبسطة بنسبة ٩٧,٧٨% يليها الفصحى بنسبة ٢,٢١% ولقد ترتب على استخدام برامج الأطفال لهذه الفصحى المبسطة أن تيسر لأطفال ما قبل المدرسة فهم مضمون ما يقدم لهم من قيم أخلاقية، وما تتضمنه من نماذج للسلوك الأخلاقي، لهذا تعد هذه البرامج أحد نوافذ إثراء وتنمية اللغة العربية. وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع ما توصل إليه حسين على الفلاحى بدراسته لبرامج الأطفال في التلفزيون اليمني عام (١٩٩١م)، حيث قدمت برامج الأطفال المعلومات بالفصحى المبسطة بنسبة ٧٧,٥% يليها العامية بنسبة ١٤,٢% ثم الفصحى بنسبة ٦,٧% وذلك يرجع لاختلاف مجتمع البحث والدراسة.

ثانيًا: أساليب عرض القيم الأخلاقية في برامج الأطفال:

تعددت أساليب عرض القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال بين الأسلوب المباشر وغير المباشر، كما ظهرت هذه القيم بطريقة مجردة وأخرى عينية. وهذه الأساليب بالتفصيل:

■ أسلوب عرض القيم الأخلاقية (مباشر - غير مباشر):

- ١- عرضت بعض القيم الأخلاقية بأسلوب مباشر (صريح): فتكرر ظهور هذه القيم الأخلاقية (٨٤) مرة بأسلوب مباشر بما يمثل نسبة ٦٢,٢٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وقد شغلت هذه القيم الأخلاقية (١٧٠) دقيقة بما يمثل نسبة ٦٢,٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.
- ٢- عرضت بعض القيم الأخلاقية بأسلوب غير مباشر (ضمني): فتكرر

ظهور هذه القيم الأخلاقية (٥١) مرة بأسلوب غير مباشر بما يمثل نسبة ٣٧,٧٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وقد شغلت هذه القيم (١٠٢) دقيقة بما يمثل نسبة ٣٧,٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وهذا يعنى أن غالبية عدد القيم الأخلاقية (المرغوب فيها وغير المرغوب فيها) في برامج الأطفال عرض معظمها بأسلوب مباشر.

■ أسلوب عرض القيم الأخلاقية المرغوب فيها (مباشر - غير مباشر):

١- عرضت بعض القيم الأخلاقية المرغوب فيها بأسلوب مباشر (صريح) فبلغ عدد تكرار ظهور هذه القيم الأخلاقية المرغوب فيها (٦٨) مرة بأسلوب مباشر بما يمثل نسبة ٦١,٢٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، هذا وقد شغلت (١٤٩) دقيقة بما يمثل نسبة ٦١,٨٢% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال بصفة عامة.

٢- عرضت بعض القيم الأخلاقية المرغوب فيها بأسلوب غير مباشر (ضمني) و بلغ عدد تكرار ظهور هذه القيم الأخلاقية المرغوب فيها (٤٣) مرة بأسلوب غير مباشر بما يمثل نسبة ٣٨,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وقد شغلت (٩٢) دقيقة بما يمثل نسبة ٣٨,١٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها بصفة عامة.

أي أن نسبة ٦١,٢٦% للأسلوب المباشر في عرضه للقيم المرغوب فيها ببرامج الأطفال ترجح كفته على غير المباشر. وهذا ما يتفق مع ما توصل إليه عبد الناصر سلامة محمد بدراسته عام (١٩٩٢) حيث وردت المضامين القيمية في حكايات أطفال ما قبل المدرسة بشكل مباشر أكثر منه ضمناً وقد يعنى هذا

أن الطفل يكرر فقط تلك المضامين لفظيًا وفق ما سمعه من المصدر الذي استقى منه تلك الحكاية (الحدوتة)، أو يعنى أن طفل ما قبل المدرسة يعرف بالفعل ماذا تعنى تلك المضامين القيمية (مفهومها) ويعبر عنها بأسلوب مباشر وذلك ما ينبغى أن يكون. كما ورتت ٣٨,٧٤% من القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال بأسلوب غير مباشر رغم أنه الأسلوب الأفضل لإكساب القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة كما تتبعه معلمات رياض الأطفال اللاتي أجمعن على أن الطريقة المثلى لتوجيه سلوك الطفل وإكسابه قيمًا أخلاقية مرغوبًا فيها هي من خلال الأسلوب غير المباشر و عن طريق شيء محبب للطفل.

ويرى الكاتب أن اتباع الأسلوب غير المباشر يتلاءم مع طفل ما قبل المدرسة العنيد فقد يتقبل ويستجيب لما يعرض عليه بأسلوب ضمني ويستوعبه أكثر مما يعرض عليه بأسلوب مباشر، وبصفة خاصة عن طريق التلقين وعن طريق إعطاء الأوامر للطفل التي يرفضها لشعوره الداخلي بأنه شخص كبير، كما لا يستجيب الطفل للشيء المفروض عليه بسهولة.

وبصفة عامة فإن غرس نماذج السلوك الأخلاقي المرغوب فيه بما تتضمنه من قيم أخلاقية لدى طفل ما قبل المدرسة من خلال مشاهدتهم لبرامجهم التليفزيونية سواء تم عرض هذه النماذج بأسلوب مباشر أو غير مباشر، يتوقف على شدة جذب برامج الأطفال لمشاهدة الطفل لها و أيضًا حب الطفل للمذاعة (مقدمة البرنامج) أو لإحدى الشخصيات الكرتونية أو لعروسة أو لكلٍ منها، بما يعد كل منها (نموذجًا للطفل) يحبه يتوحد معه و يحتذى بسلوكه و من ثم يقوم بتقليد سلوكه سواء كان لفظيًا أو عيانيا يعرض بأسلوب مباشر أو غير مباشر إلى أن يشبه هذا السلوك الأخلاقي عادة لدى الطفل عندما يكبر وعندئذ يكون قد اكتسب القيم

الأخلاقية التي يعبر عنها هذا السلوك ببرامج الأطفال.

■ أسلوب عرض القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها (مباشر - غير مباشر):

١- عرضت بعض القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بأسلوب مباشر (صريح):

فبلغ عدد تكرار ظهور هذه القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها (١٦) مرة بأسلوب مباشر بما يمثل ٦٦,٦٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال. وقد شغلت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي قدمت بأسلوب مباشر (٢١) دقيقة بما يمثل نسبة ٦٧,٧٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بصفة عامة في برامج الأطفال.

٢- عرضت بعض القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بأسلوب غير مباشر (ضمني):

فبلغ عدد تكرار ظهور هذه القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها (٨) مرات بأسلوب غير مباشر بما يمثل نسبة ٣٣,٣٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وقد شغلت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي قدمت بأسلوب غير مباشر (١٠) دقائق بما يمثل نسبة ٣٢,٢٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بصفة عامة في برامج الأطفال.

بذلك تتمثل خطورة القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها المتضمنة في برامج الأطفال في عرضها بأسلوب مباشر بما لا يناسب طفل ما قبل المدرسة الذي قد يقوم بتقليد ما يراه.

■ أسلوب عرض القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال (مجردة - عينية):

١- القيم الأخلاقية المجردة : وردت القيم الأخلاقية في برامج الأطفال مجردة (أي عرضت لفظيًا فقط) وبلغ عدد تكرار ظهورها في مضمون برامج الأطفال (٣٧) مرة بطريقة مجردة بما يمثل نسبة ٢٧,٤١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية كما شغلت (٧٩) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٩,٠٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية.

٢- القيم الأخلاقية العينية : وردت القيم الأخلاقية عينية (أي تمثلت في شكل سلوك ملموس قريب من مدارك الطفل) في برامج الأطفال أكثر مما وردت مجردة، حيث تكرر ظهورها بصورة عينية (٩٨) مرة بما يمثل نسبة ٧٢,٥٩% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية. وقد شغلت (١٩٣) دقيقة بما يمثل نسبة ٧٠,٩٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وبهذا أيضًا شغلت القيم الأخلاقية العينية مساحة زمنية أكبر مما شغلتها القيم الأخلاقية المجردة.

■ أسلوب عرض القيم الأخلاقية المرغوب فيها (مجردة - عينية):

١- القيم الأخلاقية المرغوب فيها المجردة في مضمون برامج الأطفال: بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها مجردة (٣٤) مرة بما يمثل نسبة ٣٠,٦٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٧٦) دقيقة بما يمثل نسبة ٣١,٥٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال بصفة عامة.

٢- القيم الأخلاقية المرغوب فيها العينية في مضمون برامج الأطفال: بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية ونماذج السلوك الأخلاقي المرغوب فيها بشكل عياني (٧٧) مرة بما يمثل نسبة ٦٩,٣٧% من إجمالي عدد تكرار

ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، شغلت هذه القيم (١٦٥) دقيقة بما يمثل نسبة ٦٨,٤٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن برامج الأطفال.

هذا يعني أن أغلب القيم الأخلاقية و نماذج السلوك الأخلاقي المرغوب فيها عرضت بشكل عياني بما يسهل على الطفل مهمة تقليدها نتيجة استيعاب الطفل لهذا السلوك، سواء ورد ذلك السلوك لفظيًا أو من خلال موقف ما ببرامج الأطفال.

■ أسلوب عرض القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها (مجردة - عينية):

١- القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها المجردة في مضمون برامج الأطفال بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بشكل مجرد (٣) مرات بما يمثل نسبة ١٢,٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها شغلت هذه القيم (٣) دقائق بما يمثل نسبة ٩,٦٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

٢- القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها العينية في مضمون برامج الأطفال بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية ونماذج السلوك الأخلاقي غير المرغوب فيها بشكل عياني (٢١) مرة بما يمثل نسبة ٨٧,٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، شغلت هذه القيم (٢٨) دقيقة بما يمثل نسبة ٩٠,٣٢% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمضمون برامج الأطفال. ويدعم خطورة القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها عرضها بشكل عياني يوضح للطفل المشاهد السلوك الذي يتضمن تلك القيم بطريقة واضحة ومفسرة بما

يسهل على الطفل تقليد هذا السلوك.

ثالثًا : الصورة المرئية المصاحبة لظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال:

من أهم مميزات التليفزيون كوسيلة إعلامية هامة في حياة طفل ما قبل المدرسة، هو اعتماده على الصوت والصورة معًا إذ يخاطب حواس السمع والبصر لديه وتعتبر الصورة المرئية لبرامج الأطفال من أهم عوامل استثارة جذب نظر طفل ما قبل المدرسة لمشاهدة تلك البرامج لذا ينبغي التعرف على الصورة المرئية المصاحبة لظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال للكشف عما إذا كانت هذه الصورة المرئية قد تستثير أو تجذب نظر الطفل بما تحتويه من نماذج للسلوك الأخلاقي سواء كانت مرغوبًا فيها أو غير مرغوب فيها، بما يجعل هذه الصورة:

١. تعمل كدافع لاكتساب طفل ما قبل المدرسة بعضًا من نماذج السلوك الأخلاقي المتضمنة ببرامج الأطفال.
٢. تدعم وترغب الطفل لاكتساب السلوك الأخلاقي.
٣. تثبت بعض نماذج السلوك الأخلاقي المتضمنة في برامج الأطفال.
٤. تستثير الطفل لتقليد ما يراه من نماذج للسلوك المرغوب فيها بمضمون برامج الأطفال.
٥. تساعد الطفل على تذكر ما شاهده من نماذج سلوكية مرغوب فيها فيما بعد عند تعرضه لموقف مماثل لما شاهده وذلك أسرع من تذكره للعبارات التي تمثلت فيها القيم الأخلاقية.

وبلغ عدد الصور المرئية المصاحبة لظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال (٢٠) صورة مرئية تم تصنيفها إلى : صور مرئية تدعم ظهور القيم

الأخلاقية و صور مرئية لا تدعم ظهور القيم الأخلاقية، وجاءت نتائجها على النحو التالي:

■ صور مرئية تدعم ظهور القيم الأخلاقية، هي:

١- صور لرسوم متحركة:

ظهرت بعض القيم الأخلاقية مصحوبة بصورة رسوم متحركة (١٨) مرة بما يمثل نسبة ١٣,٣٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. بلغ عددها (١٣) قيمة أخلاقية منها (٤) قيم مرغوب فيها و (٩) قيم غير مرغوب فيها وتتمثل في: الإيمان بالله وطاعته - الكرم - العدل - الإخلاص، هذا وقد جاءت جميع القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها مصحوبة بصورة رسوم متحركة عدا ثلاث قيم هي البخل - الغرور - التصنت على الآخرين. شغل تكرار ظهور جميع هذه القيم (٢٣) دقيقة بما يمثل نسبة ٨,٤٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

ومما لا شك فيه أن الرسوم المتحركة تجذب انتباه طفل ما قبل المدرسة تبعاً لتضمنها مؤثرات صوتية مصاحبة لسرعة حركة هذه الرسوم، كما أن الطفل شديد التأثير بما تحتويه، وعلى ذلك فقد يقلد الطفل ما شاهده بتلك الرسوم من نماذج السلوك الأخلاقي والقيم الأخلاقية التي قدمتها برامج الأطفال مصحوبة بعرض الرسوم المتحركة، بل قد يتذكر القيم الأخلاقية التي وردت بتعليق المذيعة على الكارتون أكثر من تذكره للقيم الأخلاقية الأخرى، لذا يجب تجنب تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها مصحوبة بالرسوم المتحركة.

٢- صور من قصص مصورة:

ظهرت بعض القيم الأخلاقية مصحوبة بصورة من إحدى القصص المصورة (١٢) مرة بما يمثل نسبة ٨,٨٩% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

ظهرت هذه القيم الأخلاقية في (٨) قيم منها (٤) قيم مرغوب فيها و (٤) قيم غير مرغوب فيها وتتمثل في: حب الآخرين - الرحمة - الالتزام بآداب السلوك - التسامح. والقيم غير المرغوب فيها : التصنت على الآخرين - الخداع - البخل - السرقة.

وقد شغلت هذه القيم كلها (١٩) دقيقة بما يمثل نسبة ٦,٩٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

وتعد مصاحبة صور القصص المصورة هنا لبعض من تكرار ظهور هذه القيم بما تتضمنه من رسوم ملونة أغلبها لحيوانات، تدعيمًا لاكتساب الطفل لنماذج السلوك الأخلاقي المتضمن والمتمثل أمامه بصور هذه القصص، فقد لا يرتبط هذا السلوك بذهن الطفل لفظيًا كما ورد بتعليق المذيعة على أحداث القصة وترتبط الصورة التي تعبر عن هذا السلوك بصريًا بذهن الطفل.

٣- صور عرائس:

ظهرت (٤) قيم أخلاقية مرغوب فيها مصحوبة بصورة لعروسة أو مجموعة عرائس، بلغ إجمالي عدد تكرار ظهور هذه القيم (٥) مرات بما يمثل نسبة ٣,٧١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

وشغلت هذه القيم (١٧) دقيقة بما يمثل نسبة ٦,٢٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وهى القيم الأخلاقية الآتية : النظافة - حب الآخرين - الأمانة - آداب الطعام والمائدة.

وما يفسر تكرار ظهور هذه القيم مصحوبًا بتلك الصورة هو إنها لعرائس بوجى وطمطم الأمر الذي يؤدي إلى تدعيم تلك القيم لدى الأطفال نتيجة تقبلهم لتلك العرائس بصفة عامة، بل وقد يتوحد الطفل مع تلك العرائس ويقوم بتقليد نماذج السلوك الأخلاقي الذي صاحب ظهورها.

٤- صورة للوحات مرسومة:

وردت ثلاث قيم أخلاقية مصحوبة بصورة لوحات مرسومة وهى قيمة الإيمان بالله وطاعته - طاعة الوالدين - التعاون، ومجموع تكرار ظهور هذه القيم (٥) مرات بما يمثل نسبة ٣,٧١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، شغلت هذه القيم (٥) دقائق بما يمثل نسبة ١,٨٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٥- صورة لحصان:

صاحبت عرض قيمة الرحمة التي تمثلت في الرفق بالحيوان (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، كما شغل تكرار ظهورها (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال. وتعتبر الصور المتضمنة في اللوحات المرسومة تدعيمًا لموضوع القيمة

الأخلاقية لدى الأطفال كما أن صور الحيوانات بصفة عامة ومنها صورة الحصان تجذب نظر الأطفال.

٦- صورة مطرب يغنى مع مجموعة أطفال:

تكرر ظهور هذه الصورة مع قيمتين هما حب الآخرين - الوفاء (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٤٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال وقد شغلت القيمتان (٨) دقائق من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٧- صورة فريق كورال أطفال مع طفل يغنى على المسرح:

ظهرت قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن مصحوبة بهذه الصورة (٣) مرات بما يمثل نسبة ٢,٢٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيمة (٩) دقائق بما يمثل نسبة ٣,٣٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٨- صورة طفلة تغنى:

صاحبت عرض قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، كما شغلت (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

ارتبطت القيم الأخلاقية التي ظهرت بمصاحبة الصور الثلاثة السابقة بالغناء، بما يؤدي إلى تدعيم تلك القيم في قالب ترفيهي وبأسلوب غير مباشر بما يناسب طفل ما قبل المدرسة، فقد يردد الطفل الأغاني

المتضمنة ببرامج الأطفال بما تحتويه من قيم أخلاقية قد يدرك معناها في مراحل عمرية لاحقة أن لم يجد من يفسرها له في تلك المرحلة العمرية.

٩- صورة مقدم البرنامج مع عروسة:

ظهرت هذه الصورة مصحوبة بعرض قيمة الوفاء (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٤٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. شغلت هذه القيمة (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وقد يتذكر الطفل تلك القيمة لارتباط ظهورها بالعروسة التي يحبها.

١٠- صورة أطفال يلعبون مع المذبة:

ظهرت هذه الصورة مصحوبة بعرض قيمة التنافس الحر (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. شغلت هذه القيمة (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

١١- صورة مسابقة بين الأطفال:

صاحبت عرض قيمة التنافس الحر (مرة واحدة) أيضاً بما يتفق مع ما يمثل تكرار ظهور نفس القيمة بالصورة السابقة، كما شغلت نفس المساحة الزمنية.

وتدعم الصورتان السابقتان تلك القيمة بما يجذب طفل ما قبل المدرسة لارتباط كل منهما باللعب لديه، وخاصة أن مرحلة ما قبل

المدرسة تسمى بعمر اللعب.

١٢- صورة طفل يرسم علم مصر:

صاحبت عرض قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن (مرة واحدة) بما يمثل ٠,٧٤% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة ، وقد شغلت (دقيقة واحدة) بما يمثل ٠,٣٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.

وبرغم ضيق المساحة الزمنية التي شغلتها تلك الصورة إلا إنها تدعم موضوع القيمة الأخلاقية كما تجذب طفل ما قبل المدرسة لأنه يشاهد طفلاً في عمره يرسم صورة العلم الذي يراه في فناء الحضانة صباح كل يوم، وبذلك تعمل برامج الأطفال على ارتباط قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن بعلم مصر وهذا مرغوب إكسابه لطفل ما قبل المدرسة حتى وإن لم يدرك مفهوم تلك القيمة في تلك المرحلة العمرية.

١٣- صورة لقطة من فيلم تسجيلي:

صاحبت عرض قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن (مرة واحدة) بما يتفق مع ما تمثله نفس القيمة بمصاحبة الصورة السابقة من حيث تكرار ظهورها والمساحة الزمنية التي شغلتها. وموضوع هذه اللقطة عن حرب أكتوبر العظيم وبذلك تدعم ظهور هذه القيمة ببرامج الأطفال وفقاً لموضوع القيمة وبما يجذب الطفل من مؤثرات صوتية في تلك اللقطة.

■ صور مرئية لا تدعم ظهور القيم الأخلاقية هي :

١- صورة المذبةعة مع الأطفال المشاركون في البرنامج أو مع بعضهم:

صاحبت هذه الصورة (٢٠) قيمة أخلاقية شملت (١٨) قيمة مرغوباً فيها و(قيمتين) غير مرغوب فيهما. وهذه القيم هي: الوفاء والتضحية من أجل الوطن - الإيمان بالله طاعته - النظافة - حب الآخرين - الكرم - طاعة الوالدين - التعاون - العطف - الكفاح والعمل - الرحمة - الالتزام بآداب السلوك - التسامح - العدل - النظام - الصدق - الشجاعة - احترام الكبير - احترام ملكية الآخرين. أما القيمتان غير المرغوب فيهما فهما: الأنانية - الغرور.

بلغ عدد تكرار ظهور هذه القيم مصحوباً بصورة المذبةعة مع الأطفال (٤٤) مرة بما يمثل نسبة ٣٢,٥٩% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية. شغل تكرار ظهورها (٩١) دقيقة بما يمثل نسبة ٣٣,٤٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٢- صورة المذبةعة فقط :

ظهرت مصاحبة لعرض بعض القيم الأخلاقية (١٧) مرة بما يمثل نسبة ١٢,٥٩% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، اشتملت على (١٣) قيمة أخلاقية منها (١١) قيمة مرغوباً فيها و(قيمتان) غير مرغوب فيهما. وتتمثل هذه القيم: في الإيمان بالله وطاعته - النظافة - الكرم - طاعة الوالدين - العطف - الوفاء - الكفاح والعمل - الالتزام بآداب السلوك - الأمانة - آداب الطعام والمائدة - طاعة المعلم. أما القيمتان غير المرغوب فيهما فهما التصنت على الآخرين -

البخل.

شغل تكرار ظهور هذه القيم كلها (٣٧) دقيقة بما يمثل نسبة ١٣,٦٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٣- صورة الأطفال المشاركين في تقديم البرنامج أو أحدهم :

عرضت بعض القيم الأخلاقية مصحوبة بهذه الصورة (٨) مرات بما يمثل نسبة ٥,٩٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وتمثلت في (٨) قيم أخلاقية مرغوب فيها هي: النظافة - حب الآخرين - الكرم - طاعة الوالدين - التعاون - العمل - الرحمة - النظام. وشغلت هذه القيم (١٦) دقيقة بما يمثل نسبة ٥,٨٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية.

٤- صورة المساجد والشوارع في شهر رمضان :

ظهرت بعض القيم الأخلاقية وعددها (٥) قيم مصحوبة بهذه الصورة ، و قد تكرر ظهور هذه القيم (٨) مرات بما يمثل نسبة ٥,٩٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وهذه القيم هي: الإيمان بالله وطاعته - حب الآخرين - الكرم - التعاون - العطف. شغلت هذه القيم (١٧) دقيقة بما يمثل نسبة ٦,٢٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٥- صورة طفل أو طفلة تلقى شعراً :

ظهرت قيمتا الوفاء والتضحية من أجل الوطن وقيمة الإحسان

مصحوبة بصورة الطفل أو الطفلة التي تلقى شعر (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٤٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٦- صورة أحد ضيوف البرنامج فقط :

صاحبت عرض قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، كما شغلت (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٧- صورة أحد ضيوف البرنامج مع المذيعة والأطفال :

تكرر ظهور قيمتي الوفاء والتضحية من أجل الوطن والوفاء مصحوبة بهذه الصورة (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٤٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

يتضح من خلال عرض الصور المرئية السابقة إنها قد لا تجذب نظر طفل ما قبل المدرسة لمشاهدتها، وبالتالي عدم متابعته لما يدور بمحتوى البرنامج وما يتضمنه من قيم أخلاقية، وبذلك جاءت غالبية تكرار ظهور القيم الأخلاقية بنسبة ٦٠,٧٤% مصحوبة بصور مرئية لم تدعم موضوع تلك القيم، كما يتضح أن صورة المذيعة مع الأطفال المشاركين في البرنامج أو أحدهم صاحبت تكرار ظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال بنسبة ٣٢,٥٩% يليها المذيعة فقط بنسبة ١٢,٥٩% بما

لا يدعم ظهور القيم التي تضمنتها برامج الأطفال، إلا في حالة ارتباط الطفل المشاهد بمذيعه البرنامج الأمر الذي يجذبه لمشاهدتها لذا يجب على برامج الأطفال تجنب عرض القيم الأخلاقية المرغوب فيها مصحوبة بتلك الصور المرئية التي قد لا تجذب طفل ما قبل المدرسة لمشاهدتها. وبذلك ظهرت القيم الأخلاقية المرغوب فيها مصحوبة بصور مرئية تدعم موضوع القيمة بنسبة ٢٩,٧٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها وشغلت ٣٠,٧٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمضمون برامج الأطفال.

مما يظهر أن غالبية تكرار ظهور هذه القيم بنسبة ٧٠,٢٧% صاحبت صوراً مرئية قد لا تجذب طفل ما قبل المدرسة وشغلت ٦٩,٣٠% من المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال مما يتطلب إعادة نظر القائمين على برامج الأطفال للصور المرئية التي تصاحب عرض القيم الأخلاقية.

كما يتضح أن غالبية تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بنسبة ٨٣,٣٤% جاءت مصاحبة لصور مرئية تدعم موضوع القيمة، وقد شغلت ٨٧,١٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها.

في حين لم تصاحبها صور مرئية لا تدعم موضوع القيمة وقد لا تجذب نظر أطفال ما قبل المدرسة بنسبة ١٦,٦٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور تلك القيم ولم تشغل سوى ١٢,٩٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها.

رابعاً: القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال:

تعددت القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية بمحتوى برامج الأطفال بصفة عامة، على النحو التالي:

- (٦) قوالب فنية عرضت من خلالها قيم أخلاقية مرغوب فيها هي:
الحوار - الغناء - سؤال وجواب - المسابقات - الشعر - القصة المصورة.
 - قالب فني (واحد) عرضت من خلاله بعض القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، وهو الكارتون المدبلج.
 - (٤) قوالب فنية عرضت من خلالها قيم أخلاقية مرغوب فيها وأخرى غير مرغوب فيها، وهذه القوالب هي: كارتون مصحوب بتعليق - حدوته - تعليق المذيعة على قصة مصورة - حديث مباشر.
- بذلك بلغ إجمالي القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال (١١) قالباً فنياً، وجاء ترتيب القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية كما يلي:
- ترتيب القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية وفقاً لعدد تكرار ظهورها:

١. حوار.
٢. حديث مباشر.
٣. غناء.
٤. كارتون مصحوب بتعليق.
٥. تعليق المذيعة على قصة مصورة.
٦. سؤال وجواب.

٧. مسابقات - حدوته.

٨. شعر.

٩. كارتون مدبلج - قصة مصورة.

■ ترتيب القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية وفقاً للمساحة الزمنية التي شغلتها:

١. حوار.

٢. حديث مباشر.

٣. غناء.

٤. كارتون مصحوب بتعليق.

٥. تعليق المذبة على قصة مصورة.

٦. مسابقات.

٧. سؤال وجواب.

٨. شعر.

٩. حدوته.

١٠. كارتون مدبلج.

١١. قصة مصورة.

يتضح مما سبق أن بعض القوالب الفنية حصلت على نفس ترتيبها وفق تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلالها وذلك حتى الترتيب الخامس، بينما اختلف ترتيب القوالب الفنية الأخرى.

وقد عرضت القيم الأخلاقية من خلال تلك القوالب الفنية كالتالي:

١- الحوار:

جاءت من خلال الحوار بعض القيم الأخلاقية وكلها مرغوب فيها

وقد تكرر ظهورها من خلاله (٤٢) مرة بما يمثل نسبة ٣٧,٨٤% من

إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وقد شغلت هذه القيم (٩٥) دقيقة بما يمثل نسبة ٣٩,٤٢% من إجمالي الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

هذا وقد تعددت أطراف الحوار في برامج الأطفال وهي كما يلي:

• حوار بين المذيعة والأطفال :

تكرر ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلال الحوار بين المذيعة والأطفال (٣١) مرة بما يمثل نسبة ٢٢,٩٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة، شغلت هذه القيم (٦٤) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٣,٥٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

وقد بلغ عدد القيم الأخلاقية التي تضمنها هذا النوع من الحوار (١٤) قيمة وهي الوفاء والتضحية من أجل الوطن - الإيمان بالله وطاعته - النظافة - حب الآخرين - طاعة الوالدين - التعاون - العطف - الكفاح والعمل - الرحمة - الالتزام بآداب السلوك - الصدق - الشجاعة - طاعة المعلم - احترام ملكية الآخرين.

• حوار بين الأطفال بعضهم البعض:

تضمن هذا الحوار (٤) قيم أخلاقية هي الكرم - الكفاح والعمل - الصدق - احترام الكبير، بلغ إجمالي تكرار ظهورها (٥) مرات بما يمثل نسبة ٣,٧٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت (١٣) دقيقة بما يمثل نسبة ٤,٧٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

• حوار بين المذيعة وعروسة:

ظهر من خلال هذا الحوار (قيمة أخلاقية واحدة) إلا وهي قيمة الوفاء، وقد تكرر ظهورها (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٤٩% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيمة (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

• حوار بين مجموعة عرائس:

تضمن هذا الحوار (٤) قيم أخلاقية وهي النظافة - حب الآخرين - الأمانة - آداب الطعام والمائدة، بلغ عدد تكرار ظهورها (٤) مرات بما يمثل نسبة ٢,٩٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (١٤) دقيقة بما يمثل نسبة ٥,١٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

بذلك يمثل مجموع تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلال الحوار والبالغ (٤٢) مرة نسبة ٣١,١٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة في برامج الأطفال.

كما يمثل مجموع المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المتضمنة في الحوار وهي (٩٥) دقيقة نسبة ٣٤,٩٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال وتضمن (٢٤) قيمة أخلاقية.

٢- الحديث المباشر:

تضمن الحديث المباشر للمذبة (١٧) قيمة أخلاقية مرغوباً فيها وهي الوفاء والتضحية من أجل الوطن - الإيمان بالله وطاعته - النظافة - حب الآخرين - الكرم - طاعة الوالدين - التعاون - العطف - الوفاء - الكفاح والعمل - الرحمة - الالتزام بآداب السلوك - الأمانة - التسامح - العدل - النظام - آداب المائدة والطعام.

وقد بلغ مجموع تكرار ظهور هذه القيم (٣٠) مرة من خلال قالب الحديث المباشر بما يمثل نسبة ٢٧,٠٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (٧٢) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٩,٨٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

بينما جاء بالحديث المباشر للمذبة (قيمتان أخلاقيتان غير مرغوب فيهما) هما البخل - التصنت على الآخرين. تكرار ظهورهما (مرتين) بما يمثل نسبة ٨,٣٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وقد شغلنا (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٦,٤٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

بذلك تضمن قالب الحديث المباشر (١٩) قيمة أخلاقية، تكرر ظهورها (٣٢) مرة بما يمثل نسبة ٢٣,٧١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٧٤) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٧,٢٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٣- الغناء :

تضمن هذا القالب قيمًا أخلاقية مرغوب فيها فقط. و ينقسم إلى
(غناء فردي - غناء جماعي) على النحو الموضح في ما يلي:

الغناء الفردي، وينقسم إلى:

- **غناء مطرب :** تضمن (٧) قيم أخلاقية هي: الإيمان بالله وطاعته - حب الآخرين - الكرم - طاعة الوالدين - التعاون - العطف - الوفاء، تكررت (١١) مرة بما يمثل نسبة ٨,١٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، شغلت هذه القيم (٢٦) دقيقة بما يمثل نسبة ٩,٥٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.
- **غناء طفل أو طفلة :** تضمن (قيمة واحدة) هي قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن، تكررت (٣) مرات بما يمثل نسبة ٢,٢٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، شغلت هذه القيمة (٨) دقائق بما يمثل نسبة ٢,٩٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.
- **غناء ضيف حلقة البرنامج :** تضمن (قيمتين) هما الوفاء والتضحية من أجل الوطن، الوفاء تكرر ظهورهما (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٤٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، شغلت هذه القيم (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

بذلك تضمن الغناء الفردي (١٠) قيم أخلاقية مرغوب فيها بلغ مجموع تكرار ظهورها (١٦) مرة بما يمثل نسبة ١١,٨٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (٣٨) دقيقة بما يمثل نسبة ١٣,٩٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

الغناء الجماعي، وينقسم إلى :

- **غناء كورال أطفال المدارس :** تضمن (قيمة أخلاقية واحدة) هي الوفاء والتضحية من أجل الوطن، ظهرت من خلال غناء كورال أطفال المدارس (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيمة (٣) دقائق بما يمثل نسبة ١,١٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.
- **غناء مجموعة أطفال (مسجلة) :** تضمن هذا الغناء (قيمتين أخلاقيتين) هما الوفاء والتضحية من أجل الوطن الإيمان بالله وطاعته، بلغ إجمالي تكرار ظهورهما (٤) مرات بما يمثل نسبة ٢,٩٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلنا (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.
- **غناء مجموعة عرائس (بوجي وطمطم) :** تضمن هذا الغناء (قيمة أخلاقية واحدة) هي قيمة الأمانة، حيث ظهرت (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيمة (٣) دقائق بما يمثل نسبة ١,١٠% من

إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

بذلك تضمن الغناء الجماعي (٤) قيم أخلاقية مرغوب فيها، بلغ مجموع تكرار ظهورها (٦) مرات بما يمثل نسبة ٤,٤٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (١٠) دقائق بما يمثل نسبة ٣,٧٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

مما سبق يتضح الآتي:

- مجموع القيم التي تضمنت في قالب الغناء (١٤) قيمة أخلاقية مرغوبًا فيها.
- مجموع تكرار ظهور القيم الأخلاقية في الغناء (٢٢) مرة، بما يمثل نسبة ١٩,٨٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال وبما يمثل نسبة ١٦,٣٠% من إجمالي عدد تكرار ظهورها في برامج الأطفال بصفة عامة.
- مجموع المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في الغناء (٤٨) دقيقة بما يمثل نسبة ١٩,٩٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال وبما يمثل نسبة ١٧,٦٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة.
- عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في الغناء الفردي يمثل نسبة ٧٢,٧٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلال الغناء، أما المساحة الزمنية التي شغلتها تلك القيم فتمثل نسبة ٧٩,١٧%

من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في الغناء بصفة عامة.

- عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في الغناء الجماعي يمثل نسبة ٢٧,٢٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلال الغناء، والمساحة الزمنية التي شغلتها تلك القيم وتمثل نسبة ٢٠,٨٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في الغناء بصفة عامة.

- يدل تحليل المضمون إلى أن ظهور القيم الأخلاقية من خلال الغناء الفردي أكثر من ظهورها في الغناء الجماعي، وكذلك المساحة الزمنية التي تشغلها هذه القيم من خلال الغناء الفردي أكبر.

٤- كارتون مصحوب بتعليق :

تضمن هذا القالب قيمًا أخلاقية مرغوبًا فيها وغير مرغوب فيها على النحو التالي:

■ القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

بلغ عددها (٣) قيم أخلاقية هي : الإيمان بالله وطاعته (متمثلة في الإيمان بقدرة الله وأن الله هو العادل) - العدل - الإخلاص (متمثلة في الإخلاص بين الأصدقاء) بلغ عدد تكرار ظهورها (٣) مرات في أفلام الكارتون، بما يمثل نسبة ٢,٧٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم الثلاثة (٣) دقائق بما يمثل نسبة ١,٢٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

■ القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها:

تضمنت أفلام الكارتون المصحوبة بتعليق (٨) قيم أخلاقية غير مرغوب فيها وهي: الطمع - الجشع - الانتقام من الآخرين - الكذب - الغرور - الأنانية - الخبث - الظلم، وقد كان إجمالي تكرار ظهور هذه القيم (١٣) مرة، بما يمثل نسبة ٥٤,١٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (١٥) دقيقة بما يمثل نسبة ٤٨,٣٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

أي أن أفلام الكارتون تضمنت أغلب القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي يصاحب عرضها تعليق سواء كان من مقدمة البرنامج أو من يعلق عليه، وبذلك يتضمن الكارتون المصحوب بتعليق (١١) قيمة أخلاقية بلغ عدد تكرار ظهورها (١٦) مرة بما يمثل نسبة ١١,٨٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة، كما شغلت هذه القيم (١٨) دقيقة بما يمثل نسبة ٦,٦٢% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٥- تعليق المذيعة على قصة مصورة:

تضمن هذا القالب الفني قيمًا أخلاقية مرغوبًا فيها وأخرى غير مرغوب فيها:

■ القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

ظهرت من خلال تعليق المذيعة على قصة مصورة (قيمتان أخلاقيتان) مرغوب فيهما هما حب الآخرين و التعاون، وقد تكررت (٣) مرات بما يمثل نسبة ٢,٧٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم

الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، شغلت القيمتان (٣) دقائق بما يمثل نسبة ١,٢٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

■ القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها:

ظهرت (٤) قيم أخلاقية غير مرغوب فيها من خلال تعليق المذيعة على قصة مصورة هي: التصنت على الآخرين - المكر والخداع - البخل - السرقة، ظهرت هذه القيم (٦) مرات بما يمثل نسبة ٢٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال، شغلت هذه القيم (١٠) دقائق بما يمثل نسبة ٣٢,٢٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

بذلك تضمن تعليق المذيعة على قصة مصورة بصفة عامة (٦) قيم أخلاقية، بلغ عدد تكرار ظهورها (٩) مرات بما يمثل نسبة ٦٠,٦٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (١٣) دقيقة بما يمثل نسبة ٤,٨٧٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٦- سؤال وجواب:

ظهرت (٣) قيم أخلاقية مرغوب فيها من خلال قالب سؤال وجواب بين المذيعة والأطفال المشاركين في البرنامج، هي قيمه الوفاء والتضحية من أجل الوطن - طاعة الوالدين - النظام، أما عن إجمالي تكرار ظهور هذه القيم ضمن هذا القالب الفني فقد كان (٤) مرات بما يمثل نسبة ٣,٦٠% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب

فيها ببرامج الأطفال، بما يمثل نسبة ٢,٩٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

وقد شغلت هذه القيم (٥) دقائق بما يمثل نسبة ٢,٠٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي تشغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ١,٨٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة.

٧- المسابقات:

تضمن هذا القالب الفني (قيمتين أخلاقيتين) مرغوبًا فيهما هما قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن وقيمة التنافس الحر، كان إجمالي تكرار ظهورهما (٣) مرات بما يمثل نسبة ٢,٧٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ٢,٢٢% من إجمالي عدد تكرار القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال بصفة عامة، وقد شغلت هاتان القيمتان (٩) دقائق بما يمثل نسبة ٣,٧٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ٣,٣٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة.

٨- الحدودية:

■ القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

تضمنت الحدودية التي تحكيها المذبة للأطفال (قيمة أخلاقية واحدة) مرغوب فيها هي قيمة حب الآخرين، وقد ظهرت هذه القيمة (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٩٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم

الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وقد شغلت كذلك دقيقة واحدة بما يمثل نسبة ٠,٤١% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

■ القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها:

ظهرت من خلال الحدوتة التي تحكيها المذيعة (قيمتان أخلاقيتان) غير مرغوب فيهما هما الأنانية، الغرور، وقد وردتا (مرتين) بما يمثل نسبة ٨,٣٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وقد شغلت (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٦,٤٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

بذلك تضمنت الحدوتة (٣) قيم أخلاقية، وردت (٣) مرات بما يمثل نسبة ٢,٢٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت (٣) دقائق بما يمثل نسبة ١,١٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٩- الشعر:

تضمن الشعر الذي قام بإلقائه طفل، أو طفلة (قيمتان أخلاقيتان) مرغوباً فيهما هما قيمة الإحسان وقيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن، كان إجمالي تكرار ظهورهما (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٨٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ١,٤٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة، وقد شغلت القيمتان (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٦٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم

الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة.

١٠- الكارتون المدبلج :

لم يتضمن هذا القالب سوى قيمة أخلاقية واحدة غير مرغوب فيها، هي قيمة السرقة كما وردت (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٤,١٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة. شغلت هذه القيمة (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٦,٤٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال، و بما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي تشغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة.

١١- قصة مصورة :

وهو آخر القوالب الفنية؛ حيث قامت مقدمة البرنامج بشرح قصة مصورة للأطفال، وتضمنت هذه القصة (قيمة أخلاقية واحدة) مرغوبًا فيها، وهي قيمة الرحمة ولأنها وردت (مرة واحدة) فمثلت نسبة ٠,٩٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة، وقد شغلت هذه القيمة دقيقة واحدة بما يمثل نسبة ٠,٤١% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبما يمثل نسبة

٣٧,٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

ولاحظ الكاتب من خلال عرض النتائج السابقة النقاط التالية :

- أنه تكرر ظهور أغلب القيم الأخلاقية بصفة عامة في برامج الأطفال بـ ٣١,١٢% ، وخاصة من خلال حوار المذيعة مع الأطفال المشاركين في البرنامج بنسبة ٢٢,٩٥%، يليه الحديث المباشر للمذيعة بنسبة ٢٣,٧%، يليه الغناء بنسبة ١٦,٣٠%، يليه كارتون مصحوب بتعليق بنسبة ١١,٨٤%، هذا ولم تظهر القيم الأخلاقية من خلال الكارتون المدبلج والقصة المصورة إلا بنسبة ضعيفة وهي ٠,٧٤% .
- تكرر ظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال يعتمد على المذيعة سواء كان ذلك من خلال حوارها مع الأطفال أو من خلال الحديث المباشر كأحد القوالب الفنية غير المستحسنة لتقديم القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة لاعتمادها على الأسلوب المباشر في العرض الذي يعد بمثابة التلقين بما لا يتناسب مع رغبات هذا الطفل، مما يظهر أيضاً أن المذيعة هي المصدر الرئيسي الذي تقدم من خلاله القيم الأخلاقية لطفل ما قبل المدرسة في برامج الأطفال فعملها يشبه عمل معلمة رياض الأطفال في تلقين الطفل السلوكيات والقيم المرغوب فيها مما يؤدي إلى هروب الطفل من أمام شاشة التلفزيون. وذكرت لي إحدى معلمات رياض الأطفال أن طفل ما قبل المدرسة لا يستفيد شيئاً من سماع أو متابعة حوار المذيعة مع طفل آخر بل أنه لا يتابع ذلك الحوار، كما تؤكد معلمه

أخرى أن الطفل لا يستمع لحديث أو لكلام المذيعة بل ينتظر فيلم الكارتون.

- تكرر ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلال القوالب الفنية المتنوعة فيما عدا الكارتون المدبلج، ووردت أغلب هذه القيم من خلال الحوار بنسبة ٣٧,٨٤%، يليه الحديث المباشر بنسبة ٢٧,٠٣%، يليه الغناء بنسبة ١٩,٨٣%، وبخاصة الغناء الفردي، يليه الكارتون مصحوب بتعليق بنسبة ٢,٧٠%، وهي نسبة ضعيفة، ثم جاءت القصة المصورة في آخر تلك القوالب الفنية حيث لم ترد القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلالها إلا بنسبة ٠,٩٠%.

- تكرر ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها وفي تقديمها لأطفال ما قبل المدرسة بنسب ضئيلة من خلال القوالب الفنية التي يقبلون على مشاهدتها مثل كارتون مصحوب بتعليق، الحدوتة، القصص المصورة، رغم وجود العديد من القصص المصورة للأطفال المتضمنة للقيم الأخلاقية، وبرغم توافر الحواديت في كتب التراث الشعبي والتي في حاجة لأن ترثها الأجيال اللاحقة من خلال برامج الأطفال، نظرًا لندرة سماع الطفل لمثل هذه الحواديت من أمه وجدته لأنهما خرجا للعمل ولم يعد لديهن وقت كاف، وعلى برامج الأطفال تعويض هذا الدور والاهتمام بغرس القيم الأخلاقية بأسلوب غير مباشر من خلال هذه القوالب الفنية بما يتناسب مع طفل ما قبل المدرسة، كما يتضح أن القيم الأخلاقية المرغوب فيها لم تظهر من خلال الكارتون المدبلج كأحد القوالب الفنية برغم

غزارة عرضها بالقناتين الأولى والثانية الأمر الذي يستحق التعرض لها بالدراسة بما تتضمنه.

• وردت بعض القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلال الشعر الذي يلقيه أحد الأطفال بما لا يناسب طفل ما قبل المدرسة لعدم قدرته على متابعة إلقاء الشعر وتفهم موضوعه. في حين ذكرت إحدى معلمات رياض الأطفال أن ما يفضلها الطفل من خلال برامج الأطفال هو الأغاني، التي هي السبيل الوحيد الذي يمكن استغلاله لدفع طفل ما قبل المدرسة داخل الحضانة للمشاركة في برامج الأطفال التي يشاهدها عن طريق إنها تجعل الأطفال يغنون ويصفقون مع ولما يعرض حتى يتفاعلوا مع ما يشاهدونه. كما تفيد معلمة أخرى بأن الأطفال يقبلون على حوارات برامج الأطفال خاصة إذا كان أبطالها من الحيوانات.

• تكرر ظهور غالبية القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بنسبة ٥٤,١٨% من خلال أفلام الرسوم المتحركة (الكارتون) مصحوب بتعليق، يليه تعليق المذيعة على قصة بنسبة ٢٥% وجاء الكارتون المدبلج في آخر القوالب الفنية التي ظهرت من خلالها القيم الأخلاقية وذلك بنسبة ٤,١٦%.

وهذا ما يدق ناقوس الخطر ويستلزم اتخاذ الإجراءات التالية:

- ضرورة استمرارية التعرض لما تتضمنه أفلام الكارتون بالبحث والدراسة لخطورة هذا المضمون المستورد على عقلية وتفكير الطفل المصري ولما فيها من مظاهر وعناصر إيهار لطفل ما قبل المدرسة في ظل خبرته المتواضعة.

- ينبغي عدم تكرار المذبة للقيم الأخلاقية غير المرغوب فيها سواء من خلال قصة أو حدوته أو تعليق على كارتون، لما لطفل ما قبل المدرسة من قدرة محدودة للربط بين الأحداث واستخراج المعاني والأسباب.

- تحليل مضمون الكارتون المبلج كأحد القوالب الفنية التي تبث من خلالها قيم أخلاقية غير المرغوب فيها، كما أشارت إحدى معلمات رياض الأطفال أن الكارتون المبلج الذي ينطق باللغة الفصحى تشكل عائقاً لفهم الأطفال لها، وتشكل خطورة عندما يفسرها الطفل وفقاً لخياله.

المبحث الثالث

(آليات المضمون)

أولاً : القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري:

- عددها.
- تكرار ظهورها.
- المساحة الزمنية التي شغلتها.
- ماهية القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
- ترتيب القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
- ماهية القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
- ترتيب القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

ثانياً : القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالقناة الأولى.

ثالثاً : القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالقناة الثانية.

رابعاً: القيم الأخلاقية المتضمنة في بعض الفقرات المستوردة ببرامج الأطفال.

خامساً: المصادر التي قدمت من خلالها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.

سادساً: المكان الذي ارتبطت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

أولاً : القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري:

■ عدد القيم الأخلاقية في محتوى برامج أطفال ما قبل المدرسة، (عينة الدراسة) بالقناة الأولى والقناة الثانية بالتلفزيون المصري (٥٤) قيمة أخلاقية، تضمنت برامج أطفال القناة الأولى (٢٤) قيمة، بما يمثل نسبة ٤٤,٤٥% من إجمالي عدد (القيم الأخلاقية). وتضمنت برامج أطفال القناة الثانية (٣٠) قيمة، بما يمثل نسبة ٥٥,٥٥% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية.

حيث بلغ عدد القيم الأخلاقية كما جاءت بمضمون برامج الأطفال بالتلفزيون المصري (٥٤) قيمة أخلاقية، وهذا عدد لا يستهان به، لكن الأهم من ذلك هو أن عدد القيم الأخلاقية المرغوب في تقديمها لأطفال ما قبل المدرسة بلغ (٣٩) قيمة مرغوباً فيها؛ بذلك تضمنت برامج الأطفال بالتلفزيون المصري، الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة أغلب القيم الأخلاقية التي أجريت حولها الدراسات السابقة، في مجالات بحثية متعددة (في حدود علم الكاتب).

أيضاً جاءت معظم القيم الأخلاقية التي تضمنتها برامج الأطفال، ضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية، وذلك بنسبة ٥٥,٥٥% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية، ويرجع ذلك إلى ما تضمنه برنامج دينا الأطفال - الذي عرض على القناة الثانية- من قيم أخلاقية، والذي جاء في الترتيب الأول لبرامج الأطفال؛ وفقاً لما تضمنته من قيم أخلاقية.

- جاءت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بإجمالي (٣٩) قيمة، وهي تمثل نسبة ٧٢,٢٢% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية، حيث تضمنت برامج أطفال القناة الأولى منها (١٩) قيمة، بما يمثل

نسبة ٤٨,٧٢% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وتضمنت برامج أطفال القناة الثانية (٢٠) قيمة، بما يمثل نسبة ٥١,٢٨% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

- جاءت (القيم الأخلاقية) غير المرغوب فيها بإجمالي (١٥) قيمة، وهي تمثل نسبة ٢٧,٧٨% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية، تضمنت برامج أطفال القناة الأولى منها (٥) قيم، بما يمثل نسبة ٣٣,٣٣% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، وتضمنت برامج أطفال القناة الثانية (١٠) قيم، بما يمثل نسبة ٦٦,٦٧% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها.

مما سبق يتضح بصفة عامة:

١- أن برامج الأطفال بالتلفزيون المصري تتضمن قيمًا أخلاقية مرغوبًا فيها بنسبة ٧٢,٢٢% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية التي تحتويها برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون.

٢- أن القيم الأخلاقية المرغوب في تقديمها للأطفال جاء أغلبها ببرامج أطفال القناة الثانية وذلك بنسبة ٥١,٢٨%، حيث تخطت برامج أطفال القناة الأولى بتقديم قيمة أخلاقية واحدة فقط، أي أنه لا يوجد فارق كبير بين ما تضمنته برامج أطفال القناتين الأولى والثانية من قيم أخلاقية مرغوب فيها وفقًا لهذا التقارب بينهما.

٣- يتسع الفرق بين ما تضمنته برامج أطفال القناتين الأولى والثانية من قيم أخلاقية غير مرغوب في تقديمها للأطفال المشاهدين حيث ظهر ثلثا هذه القيم ضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية، بالأخص في برنامج دنيا الأطفال وبرنامج (حكايات ومعاني) بالقناة الثانية وبرنامج (يحكى أن) و (دنيا الكارتون) بالقناة الأولى، مما يتطلب إعادة تقييم هذه البرامج من

قبل القائمين عليها، وتقويم ما تتضمنه من قيم أخلاقية غير مرغوب فيها تثبت لأطفال ما قبل المدرسة مع مراعاة نموهم العقلي والمعرفي في هذه المرحلة العمرية، وهذا ما يعكس أيضاً حاجة هذه البرامج لمعد مادة علمية لكل منها، مع مراعاة أن يكون تخصصه العلمي متوافقاً مع الأهداف المنشودة التي يقوم عليها ويسعى لتحقيقها كل برنامج. بناء على ما سبق يمكنني القول بأن:

١- مضمون برامج أطفال القناة الأولى يحتوى على قيم أخلاقية مرغوب فيها بنسبة ٣٥,١٩% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية، وأيضاً على قيم أخلاقية غير مرغوب فيها بنسبة ٩,٢٦% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية.

٢- يحتوى مضمون برامج أطفال القناة الثانية على قيم أخلاقية مرغوب فيها بنسبة ٣٧,٠٣% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية، وأيضاً على قيم أخلاقية غير مرغوب فيها بنسبة ١٨,٥٢% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية.

■ تكرار ظهور القيم الأخلاقية في محتوى برامج أطفال ما قبل المدرسة (عينة الدواسة) بالقناة الأولى والقناة الثانية بالتلفزيون المصري (١٣٥) مرة، حيث ظهرت القيم الأخلاقية في مضمون برامج أطفال القناة الأولى (٧٢) مرة أي بنسبة ٥٣,٣٣% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، كما ظهرت القيم الأخلاقية في مضمون برامج أطفال القناة الثانية (٦٣) مرة أي بنسبة ٤٦,٦٧% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

وهذا يشير إلى ما يلي:

١- أنه لم تقتصر برامج الأطفال بالتلفزيون المصري على تقديم عدد من القيم الأخلاقية فقط بل تركز في مضمونها على قيم بعينها، ويتضح ذلك من خلال عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية بمضمون برامج الأطفال بالتلفزيون المصري وهو (١٣٥) مرة لعدد (٥٤) قيمة أخلاقية.

٢- حيث كان من الممكن أن لا يتكرر ظهور هذه القيم مرة أخرى ويكتفى بتقديم كل قيمة مرة واحدة فقط بمضمون أحد حلقات كل برنامج، لكن هذا العدد من تكرار ظهور القيم الأخلاقية، يوضح مدى ثراء المضمون المقدم للطفل بالقيم الأخلاقية وهذا أيضاً يتناسب مع ما يلي:

- عدم انتظام مواعيد إذاعة برامج الأطفال بصفة عامة في الأيام العادية، بصرف النظر عن أيام المناسبات، ففي القناة الأولى يتحكم توقيت انتهاء برنامج صباح الخير يا مصر في ميعاد بدء إذاعة برامج الأطفال، والتي قد يلغى إذاعة بعضها؛ بسبب طول المدة الزمنية التي يشغلها هذا البرنامج بعد الميعاد المحدد لنهاية إذاعته، وهو في تمام الساعة العاشرة صباحاً وهذا ما يعكس أيضاً أحد مظاهر عدم الاهتمام ببرامج الأطفال، أما في القناة الثانية فمواعيد إذاعة برامج الأطفال غير ثابتة بصورة واضحة، وعلى الطفل أن يشاهد مضمون القناة الثانية بالتلفزيون لمدة طويلة؛ منتظراً برامجه، التي قد تلغى إذاعتها تماماً أو بعضها، أو تتغير دورية إذاعتها دون تقديم أسباب لذلك؛ وبالتالي يتوقع تفاوت مشاهدة الطفل ومتابعته لبرامجه.

- عدم انتظام التوقيت الذي يبدأ فيه الطفل مشاهدة برامج الأطفال؛
فقد يبدأ مشاهدة برنامج ما من منتصفه؛ وقد يرجع ذلك للطفل نفسه، أو للظروف التي يشاهد فيها الطفل برامجه التليفزيونية.
ونتيجة لما سبق؛ قد يضيع على برامج الأطفال فرصة تقديم قيم أخلاقية للطفل المشاهد؛ وبالتالي فإن عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية وتوزيعها دون مركزيتها بمضمون برامج الأطفال يعطى فرصة مساوية لتعرض الأطفال المشاهدين للقيم الأخلاقية المتضمنة في محتوى برامج الأطفال. وهذا ما تفوقت به برامج أطفال القناة الأولى، حيث أن معظم تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال جاء في مضمون برامج أطفال القناة الأولى وذلك بنسبة ٥٣,٣٣%، ويرجع ذلك لحسن إدارة هذه البرامج وللقائمين على إنتاجها، كما يعكس مدى اهتمام برامج الأطفال بتقديم قيم أخلاقية للطفل المشاهد.

• القيم الأخلاقية المرغوب فيها وردت (١١١) مرة بمضمون برامج الأطفال في القناتين الأولى والثانية بما يمثل نسبة ٨٢,٢٢% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.
حيث ظهرت القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن محتوى برامج أطفال القناة الأولى (٦٧) مرة بما يمثل نسبة ٦٠,٣٦% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن محتوى برامج الأطفال، كما ظهرت ضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية (٤٤) مرة بما يمثل نسبة ٣٩,٦٤% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن محتوى برامج الأطفال.

• القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها وردت (٢٤) مرة بمضمون برامج الأطفال في القناتين الأولى والثانية بما يمثل نسبة ١٧,٧٨% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

حيث ظهرت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ضمن محتوى برامج أطفال القناة الأولى (٥) مرات، بما يمثل نسبة ٢٠,٨٣% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج الأطفال. كما ظهرت ضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية (١٩) مرة، بما يمثل نسبة ٧٩,١٧% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج الأطفال.

مما سبق يتضح أن:

١. أن برامج الأطفال بالتلفزيون المصري تحرص على أن يتضمن محتواها قيمًا أخلاقية مرغوبًا في تقديمها، وغرسها لدى الأطفال المشاهدين، كما تسعى إلى تنشئة ضمير الطفل المصري رجل المستقبل، حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها بنسبة ٨٢,٢٢% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة ببرامج الأطفال. وهذا الأمر يظهر وعي برامج الأطفال بصفة عامة وبرامج أطفال القناة الأولى بصفة خاصة بأن تتضمن قيم أخلاقية مرغوب فيها للأطفال المشاهدين بداية من مرحلة ما قبل المدرسة حيث أن غالبية تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها بصفة عامة تمثل في مضمون برامج أطفال القناة الأولى بنسبة ٦٠,٦٣% في حين تمثل في برامج أطفال القناة الثانية بنسبة ٣٩,٦٤% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال بالتلفزيون المصري.
٢. لم يتكرر ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها في تقديمها للأطفال إلا بنسبة ١٧,٧٨%، وهي نسبة قليلة إذا ما قورنت بتكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ولكن هذا لا يبيح لبرامج الأطفال بصفة عامة وبرامج أطفال القناة الثانية بصفة خاصة أن تتضمنها حيث يمكن لطفل ما قبل المدرسة أن يقوم بتقليد ما يشاهده، وتمثل غالبية تكرار هذه القيم بنسبة

٧٩,١٧% بمضمون برامج أطفال القناة الثانية، كما تمثل نسبة ٢٠,٨٣% بمضمون برامج أطفال القناة الأولى، لذا يجب على القائمين على برامج الأطفال إعادة النظر فيما تحتويه تلك البرامج من قيم أخلاقية غير مرغوب في تقديمها لطفل ما قبل المدرسة في ظل ضعف خبرات حياته. وبناء على ما سبق توصلت إلى أن:

١- مضمون برامج أطفال القناة الأولى ظهرت فيه القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن محتوى برامج الأطفال عمومًا بنسبة ٤٩,٦٣% من إجمالي عدد تكرارات ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وظهرت فيه القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ضمن محتوى برامج الأطفال عمومًا بنسبة ٣,٧٠% من إجمالي عدد تكرارات ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

٢- يمثل عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية نسبة ٣٢,٥٩% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية عمومًا في برامج الأطفال. كما يمثل عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية نسبة ١٤,٠٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية عامة ببرامج الأطفال.

• المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال:

شغلت القيم الأخلاقية في برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون المصري مساحة زمنية قدرها (٢٧٢) دقيقة، بما يمثل ٣٧,٦٧% من إجمالي زمن برامج الأطفال (عينة الدراسة) بالقناتين الأولى والثانية. حيث تمثلت هذه

المساحة الزمنية في برامج أطفال القناة الأولى بنسبة ٢٣,٥٤%، وفي برامج أطفال القناة الثانية بنسبة ١٤,١٣%.

حيث احتلت القيم الأخلاقية مساحة زمنية واسعة بما يزيد على ثلث زمن برامج الأطفال، وهو ما يعكس مدى ثراء مضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالقيم الأخلاقية في التلفزيون المصري، وأهمية التصدي لها بالدراسة والتحليل. تمثلت غالبية المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية بمضمون برامج الأطفال بصفة عامة، في المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الأولى.

- شغلت القيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الأولى (١٧٠) دقيقة، بما يمثل نسبة ٦٢,٥٠% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية في برامج الأطفال وبما يمثل نسبة ٤٩,٤٢% من إجمالي زمن برامج الأطفال (عينة الدراسة) بالقناة الأولى. وهذا يعنى أن ما يقرب من نصف زمن برامج أطفال القناة الأولى يتضمن قيماً أخلاقية، وهذا ما يعكس مدى ثراء مضمون برامج القناة الأولى بالقيم الأخلاقية.

- شغلت القيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الثانية (١٠٢) دقيقة، بما يمثل نسبة ٣٧,٥٠% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة، بما يمثل نسبة ٢٦,٩٨% من إجمالي زمن برامج الأطفال عينة الدراسة بالقناة الثانية. وهذه المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الثانية تستدعى الدراسة ولا يستهان بها. تتضمن هذه المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية كلاً من:

- المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال وهي (٢٤١) دقيقة بما يمثل نسبة ٨٨,٦٠% من إجمالي تلك المساحة.

- المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال وهي (٣١) دقيقة بما يمثل نسبة ١١,٤٠% من إجمالي تلك المساحة.
- إجمالي هذه المساحة الزمنية يساوى مجموع المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج أطفال كل من:

- القناة الأولى: حيث تمثل المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الأولى نسبة ٥٩,٥٥% من تلك المساحة، كما تمثل المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها نسبة ٢,٩٤% من تلك المساحة.
- القناة الثانية: تمثل المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الثانية نسبة ٢٩,٠٥% من تلك المساحة، كما تمثل المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها نسبة ٨,٤٦% من إجمالي تلك المساحة.

● ماهية القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال بالتلفزيون المصري:

ظهرت مجموعة من القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن محتوى برامج أطفال ما قبل المدرسة (عينة الدراسة) بالقناة الأولى والقناة الثانية بالتلفزيون المصري بلغ عددها (٣٩) قيمة بما يمثل نسبة ٧٢,٢٢% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية في برامج الأطفال وهي القيم الأخلاقية التالية: قيمة الإيمان بالله وطاعته، الوفاء والتضحية من أجل الوطن، النظافة، حب الآخرين، الكرم، طاعة الوالدين، التعاون، العطف، الوفاء، الكفاح والعمل، الرحمة، الالتزام بأداب السلوك، الأمانة، التسامح، العدل، النظام، الصدق، الشجاعة، التنافس الحر، آداب المائدة، احترام الكبير، طاعة المعلم، الإحسان، الإخلاص، احترام ملكية الآخرين.

فتكرر ظهور هذه القيم (١١١) مرة بمضمون برامج الأطفال أي بنسبة ٨٢,٢٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال. وشغلت مساحة زمنية قدرها (٢٤١) دقيقة، أي بنسبة ٨٨,٦٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال بصفة عامة كما تمثل نسبة ٣٣,٣٨% أي ثلث إجمالي زمن برامج الأطفال (عينة الدراسة).

جاءت هذه القيم الأخلاقية متضمنة في محتوى برامج الأطفال بالقناة الأولى والقناة الثانية. وتميزت برامج أطفال القناة الأولى عن برامج أطفال القناة الثانية بتضمن (٦) قيم أخلاقية هي قيمة العدل الشجاعة التسامح الإخلاص الإحسان احترام ملكية الآخرين. بينما انفردت برامج أطفال القناة الثانية بتضمن (٥) قيم أخلاقية هي قيمة الأمانة آداب الطعام احترام الكبير طاعة المعلم الكفاح و العمل، وتساوت برامج أطفال القناة الأولى والقناة الثانية في تقديم باقي القيم الأخلاقية وعددها (١٤) قيمة بذلك أصبح مجموع عددها (٢٥) قيمة ضمن محتوى برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية.

وهذا ما يشير لظهور العديد من القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون المصري، والبالغ عددها (٢٥) قيمة أخلاقية، وهذا العدد يفوق كل من:

١. عدد القيم الأخلاقية التي تناولتها كل دراسة من الدراسات السابقة، التي تناولت دراسة القيم في مجالات بحثية مختلفة فيما عدا دراسة عبد الرحيم الرفاعي بكرة عام ١٩٨٠م.

٢. عدد القيم الأخلاقية التي ينبغي على مؤسسات رياض الأطفال تنميتها لدى الأطفال، كما حددتها أمل حسن حرات، بدراستها عام ١٩٩٠م.

٣. عدد القيم الأخلاقية التي ينبغي إكسابها لطفل ما قبل المدرسة، والبالغ عددها (٢٢) قيمة كما تراها معلمات رياض الأطفال بدليل دراسة الحالة المتضمن بالدراسة الحالية.

٤. عدد القيم الأخلاقية التي يمكن إكسابها لطفل ما قبل المدرسة والبالغ عددها (١٢) قيمة كما وردت باستطلاع رأى الخبراء الذى قمت بإجرائه.

٥. عدد القيم التي لدور الحضانة أثر في إكسابها للأطفال كما ظهرت بدراسة سهير أحمد محمد، ١٩٩٣م.

٦. عدد القيم المتضمنة في كتب رياض الأطفال كما ظهرت بدراسة هناء السيد محمد، ١٩٩٠م.

• تنوعت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة التلفزيون المصري.

• تتفق القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون (التي كشفت عنها الدراسة الحالية) مع:

١- أغلب القيم الأخلاقية التي ينبغي إكسابها لطفل ما قبل المدرسة كما تراها معلمات رياض الأطفال وعددها (١٧) قيمة أخلاقية هي (الصدق النظافة النظام التعاون احترام الكبير طاعة الوالدين الإيمان بالله وطاعته حب الآخرين التسامح الوفاء الأمانة احترام ملكية الآخرين الكرم الرحمة آداب المائدة الشجاعة اتباع آداب السلوك).

٢- أغلب القيم الأخلاقية التي يمكن إكسابها وتناسب طفل ما قبل المدرسة والتي أجمع عليها الأساتذة والخبراء (طبقاً لما ورد باستطلاع آرائهم)، وعددها (٩) قيم هي: (الصدق، الأمانة، الوفاء، الرحمة، الكرم، التعاون، احترام الكبير، اتباع آداب السلوك، الطاعة، وهذه الأخيرة

تشمل بمضمون برامج الأطفال طاعة الوالدين، طاعة المعلم، الإيمان بالله وطاعته).

وفي ضوء الدراسات السابقة تتفق مع:

٣- أغلب القيم المتضمنة في كتب رياض الأطفال وهي القيم الآتية (التعاون النظام النظافة التضحية التي تضمنها كتاب التربية الدينية الإسلامية، قيمة العمل المتضمنة في كتاب اللغة العربية، قيمة الصدق المتضمنة في كتاب الفن لرياض الأطفال) وهي (٦) قيم طبقاً لما ورد بدراسة هناء السيد محمد، ١٩٩٠م.

٤- القيم الأخلاقية التي يمكن أن تنميها مؤسسات رياض الأطفال لدى الأطفال كما تراها معلمات رياض الأطفال بدراسة أمل حسن حرات، ١٩٩٠م، وهذه القيم وهي: الصدق النظافة النظام الأمانة التعاون .

٥- القيم المرغوب فيها اجتماعياً وتربوياً والمرغوب إكسابها لطفل رياض الأطفال تلك التي كشفت عنها سهير أحمد محمد، بدراستها عام ١٩٩٣م حول أثر دور الحضانة في إكسابها للطفل وقد تمثلت في قيم (الصدق - النظام - النظافة - التعاون).

٦- القيم الاجتماعية (الإيجابية) بمجالات الأطفال التي توصلت إليها إيمان السعيد محمد بدراستها عام ١٩٨٣م وهي قيم (حب الآخرين العمل والإنتاج الأمانة حب الوطن التي ترتبط بقيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن بمضمون برامج الأطفال).

• أغفلت برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتليفزيون بعض القيم الأخلاقية، بما يمثل :

١- (٢٥%) من القيم المتضمنة في كتب رياض الأطفال وهما قيمة المحافظة على الشيء التي وردت بكتاب الفن لرياض الأطفال، قيمة الصبر المتضمنة في كتاب اللغة العربية كما يتضح من دراسة هناء السيد محمد، ١٩٩٠م.

٢- (٢٢,٧٣%) من القيم الأخلاقية التي ينبغي إكسابها لطفل ما قبل المدرسة كما تراها معلمات رياض الأطفال وهي القيم الآتية: (الإيثار - عدم الفتنة - القناعة - الصداقة - المحافظة على الشيء) مع ملاحظة تكرار ظهور قيمة المحافظة على الشيء الواردة بدراسة هناء السيد محمد، ١٩٩٠م.

٣- (٢٥%) من القيم الأخلاقية التي يمكن إكسابها لطفل ما قبل المدرسة وتناسبه كما ذهب إلى ذلك الخبراء وهي قيم الصبر الحياء القناعة، مع ملاحظة تكرار ظهور قيمة الصبر التي تضمنت في كتب رياض الأطفال بدراسة هناء السيد محمد، ١٩٩٠م، وأيضاً تكرار ظهور قيمة القناعة كما وردت بآراء معلمات رياض الأطفال.

• بعض القيم الأخلاقية بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة اختلفت عن القيم الأخلاقية الواردة بآراء كل من الخبراء و معلمات رياض الأطفال :

١- فقد ظهرت (٨) قيم أخلاقية بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتليفزيون بما يمثل نسبة ٣٢% في حين لم تظهر ضمن القيم الأخلاقية التي ينبغي إكسابها لطفل ما قبل المدرسة كما تراها معلمات رياض الأطفال، وهي: الوفاء والتضحية من أجل الوطن، العطف، الكفاح والعمل، العدل، التنافس الحر، الإحسان، الإخلاص وأخيراً طاعة المعلم، و التي يرى الكاتب إنها لم تتضمن بآراء معلمات رياض الأطفال حيث

إنها تعد من القيم الأساسية التي تعمل معلمات رياض الأطفال على إكسابها للطفل خلال الأيام الأولى من العام الدراسي وتعتبرها كل معلمة قيمة مسلم بها لذا أغفلت ضمن آرائهن.

٢- كذلك ظهرت (١٤) قيمة أخلاقية بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون بما يمثل نسبة ٥٦% في حين لم تظهر ضمن القيم الأخلاقية التي يمكن إكسابها وتتاسب طفل ما قبل المدرسة كما يراها الخبراء هي: (الوفاء والتضحية من أجل الوطن الإيمان بالله وطاعته النظافة حب الآخرين العطف الكفاح والعمل التسامح النظام الشجاعة التنافس الحر آداب المائدة الإحسان الإخلاص احترام ملكية الآخرين).

٣- كما ظهرت قيمة العدل بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون في حين أجمع ٦٠% من الأساتذة والخبراء على عدم مناسبة إكسابها للطفل في هذه المرحلة العمرية وهي لم تظهر أيضًا ضمن آراء معلمات رياض الأطفال ولم ترد ضمن الدراسات السابقة.

• تضمنت برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون المصري بعض القيم الأخلاقية التي تعتبر تمهيدًا لاكتساب الأطفال لها في مراحل أعمارهم المتقدمة (التالية) كما يلي:

١- تضمنت بعض القيم التي وصفها أحمد عبد الله إسماعيل في دراسته عام ١٩٩٠م بأنها قيمًا تربوية والتي أغفلت تمامًا ولم تظهر عند تحليله لبرامج الأطفال التلفزيونية بحثًا عن ما تتضمنه من قيم تربوية لأطفال المرحلة العمرية من ٦ إلى ١٢ سنة، وهي قيم النظام الكرم التسامح الطاعة بما يمثل ١٦% من إجمالي القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج أطفال ما قبل المدرسة التلفزيونية.

٢- تضمنت ٥٠% من القيم الأخلاقية التي تضمنها استبيان القيم الأخلاقية للأطفال من ١٦ إلى ١٨ سنة طلبة الصفين الثاني والثالث الثانوي كما ورد بدراسة مجدى عبد الرحمن فرج، عام ١٩٩٦م وهى (٥) قيم: الصدق - الأمانة - الوفاء - الرحمة - الإخلاص، بما يمثل ٢٠% من إجمالي القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج أطفال ما قبل المدرسة، مما يعكس أصالة القيم الأخلاقية المتضمنة ببرامج أطفال ما قبل المدرسة وسعى هذه البرامج إلى غرس هذه القيم لدى الأطفال بداية من الصغر.

٣- تضمنت ٧٥% من القيم الأخلاقية التي لم تحظ باهتمام المدرسة مما نتج عنه قصور دورها بشأن إكساب هذه القيم لتلاميذ المرحلة الأولى من التعليم الأساسي، كما ورد بدراسة " حسن قطب الجلادي"، ١٩٨٨م، وهى قيم: الصدق الأمانة الشجاعة، بما يمثل ١٢% من القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون.

٤- تضمنت ٥٠% من القيم الأخلاقية التي تضمنها كتاب تربية المسلم المقرر على تلاميذ الصف السادس الابتدائي والتي سعى " عبد الرحيم الرفاعي بكرة " عام ١٩٩٨م، للتعرف على مدى فعاليته في التأثير على قيم التلاميذ. وهى القيم الآتية: آداب الطعام الصدق النظام النظافة التسامح الوفاء بالوعد التعاون الشجاعة الرفق الحيوان والإنسان (التي تمثلت في قيمة الرحمة) المحافظة على الملكية العامة التضحية (التي تمثلت في التضحية من أجل الوطن) الطاعة (وتشمل طاعة الوالدين، طاعة المعلم) عقيدة التوحيد، الصلاة، الصوم (التي تتضمنها قيمة الإيمان بالله وطاعته) بما يمثل ٥٦% من إجمالي القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيونية.

٥- تضمنت ٤٠% من القيم الخلقية والاجتماعية التي أدركها الشباب نتيجة تعرضه لمشاهدة بعض المسلسلات العربية التليفزيونية، كما وردت بدراسة سعدية محمد أحمد عام ١٩٩٢م، وتمثلت في قيمتين هما التعاون والأمانة بما يمثل ٨% من إجمالي القيم الأخلاقية المرغوب فيها المتضمنة في برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتليفزيون. لذا تعد بعض القيم الأخلاقية بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة تمهيداً لاكتساب الأطفال لها في مراحل أعمارهم المتقدمة.

• ترتيب القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

نظراً لتباين القيم الأخلاقية المرغوب فيها من حيث تكرار ظهور كل قيمة والمساحة الزمنية التي شغلتها بمضمون برامج الأطفال؛ فقد استوجب ترتيب القيم الأخلاقية للكشف عن تركيز اهتمام برامج الأطفال، والأهمية التي توليها لبعض القيم دون البعض الآخر؛ مما يكشف أيضاً عن نسق ترتيب القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

أ. الترتيب من حيث عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال:

١- احتلت قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن الترتيب الأول؛ حيث بلغ عدد تكرار ظهورها في مضمون برامج الأطفال (١٥) مرة؛ بما يمثل نسبة ١٣,٥٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم.

٢- يليها في الترتيب الثاني قيمة الإيمان بالله وطاعته حيث بلغ عدد تكرار ظهورها (١٣) مرة، أي بنسبة ١١,٧٢% من إجمالي عدد التكرارات.

٣- ثم جاءت قيمة النظافة وقيمة حب الآخرين في الترتيب الثالث حيث بلغ عدد تكرار ظهور كل منهما (٩) مرات، بما يمثل نسبة ٨,١١% من إجمالي عدد التكرارات.

٤- وفي الترتيب الرابع ظهرت قيم الكرم التعاون طاعة الوالدين حيث تكرر ظهور كل منها (٦) مرات، بما يمثل نسبة ٥,٤١% من إجمالي عدد التكرارات.

٥- وفي الترتيب الخامس جاءت القيم الآتية العطف الوفاء الكفاح والعمل الرحمة الالتزام بآداب السلوك، حيث تكرر ظهور كل قيمة منها (٥) مرات، وحققت كل منها نسبة ٤,٥٠% من إجمالي عدد التكرارات.

٦- والرتيب السادس انفردت به قيمة الأمانة حيث تكرر ظهورها (٣) مرات، بما يمثل نسبة ٢,٧١% من إجمالي عدد التكرارات.

٧- يليها في الترتيب السابع القيم الآتية: التسامح العدل النظام الصدق الشجاعة التنافس الحر آداب المائدة والطعام، حيث تكرر ظهور كل قيمة منها (مرتين)، وبذلك حققت كل قيمة منها نسبة ١,٨٠% من إجمالي عدد التكرارات.

٨- وجاء في الترتيب الثامن والأخير القيم الآتية: احترام الكبير طاعة المعلم الإحسان الإخلاص احترام ملكية الآخرين، حيث ظهرت كل قيمة منها مرة واحدة، بما يمثل نسبة ٠,٩٠% لكل قيمة منها من إجمالي عدد التكرارات.

واعتمد الكاتب على ترتيب القيم الأخلاقية وفق المساحة الزمنية التي شغلها كل قيمة كمحك أساسي لبيان مدى اهتمام برامج الأطفال بقيمة ما دون القيم الأخرى حيث أن الترتيب وفق تكرار ظهور القيم قد يؤدي إلى نتائج متداخلة لأنه قد يتكرر ظهور القيمة بمضمون برامج الأطفال كثيرًا بينما في

مجموعها لا تشغل إلا زمناً قليلاً والعكس صحيح، وقد تتساوى بعض القيم من حيث تكرار ظهور كل منها في حين تختلف المساحة الزمنية التي شغلتها كل منها وقد تتساوى، فضلاً عن أنه قد يتكرر ظهور القيمة بمضمون برامج الأطفال عرضياً أي دون اهتمام سواء كان ذلك بشكل صريح أو ضمني، مما لا يعكس مدى تركيز اهتمام برامج الأطفال على تقديمها للأطفال، الذي قد يتضح أكثر من خلال المساحة الزمنية التي توليها برامج الأطفال لعرض قيمة أخلاقية ما دون القيم الأخرى هذا فضلاً عن تجنب ثنائية ترتيب القيم الذي نتج عنه اختلاف ترتيب بعض القيم.

ب. الترتيب من حيث المساحة الزمنية التي شغلتها كل قيمة :

- ١- احتلت قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن الترتيب الأول حيث شغلت (٣٢) دقيقة، بما يمثل نسبة ١٣,٢٨% من إجمالي زمن القيم.
- ٢- يليها في الترتيب الثاني قيمة الإيمان بالله وطاعته حيث شغلت (٢٦) دقيقة ومثلت نسبة ١٠,٧٩% من إجمالي زمن القيم.
- ٣- وجاءت قيمة النظافة في الترتيب الثالث حيث شغلت (٢٠) دقيقة بما يمثل نسبة ٨,٣٠% من إجمالي زمن القيم، يليها في الترتيب الرابع قيمة حب الآخرين حيث شغلت (١٩) دقيقة، بما يمثل نسبة ٧,٨٨% من إجمالي الزمن.
- ٤- وفي الترتيب الخامس ظهرت قيمة العطف حيث شغلت (١٦) دقيقة، ومثلت نسبة ٦,٦٤% من إجمالي الزمن، ويليهما في الترتيب السادس قيمة الكرم التي شغلت (١٤) دقيقة، بما يمثل نسبة ٥,٨١% من إجمالي الزمن.
- ٥- وفي الترتيب السابع وردت قيم: التعاون، الوفاء، الرحمة حيث شغلت كل منها (١٢) دقيقة، بما يمثل نسبة ٤,٩٨% من إجمالي الزمن.

٦- وجاءت قيمتا الكفاح والعمل الالتزام بأداب السلوك في الترتيب الثامن حيث شغلت كل منهما (١١) دقيقة بما يمثل نسبة ٤,٥٧% من إجمالي الزمن.

٧- ويليها في الترتيب التاسع ثلاث قيم هي طاعة الوالدين الأمانة التنافس الحر، حيث شغلت كل قيمة منها (٨) دقائق بما يمثل نسبة ٣,٣٢% من إجمالي الزمن.

٨- وانفردت قيمة آداب الطعام والمائدة بالترتيب العاشر حيث شغلت (٥) دقائق، بما يمثل نسبة ٢,٠٧% من إجمالي الزمن.

٩- وفي الترتيب الحادي عشر جاءت القيم الآتية الصدق التسامح النظام الشجاعة، حيث شغلت كل قيمة منها (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٦٦% من إجمالي الزمن.

١٠- وانفردت أيضاً قيمة العدل بالترتيب الثاني عشر حيث شغلت (٣) دقائق، بما يمثل نسبة ١,٢٤% من إجمالي الزمن.

١١- وفي الترتيب الثالث عشر جاءت القيم الآتية الإحسان احترام الكبير طاعة المعلم، حيث شغلت كل قيمة منها (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٠,٨٣% من إجمالي الزمن.

١٢- وقيمتا الإخلاص واحترام ملكية الآخرين جاءتا في الترتيب الرابع عشر والأخير حيث شغلت كل منهما (دقيقة واحدة)، بما يمثل نسبة ٠,٤١% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

ما سبق يوضح بصفة عامة اهتمام برامج أطفال ما قبل المدرسة ببعض القيم الأخلاقية دون البعض الآخر حيث ركزت برامج أطفال ما قبل المدرسة بمضمونها على بعض القيم الأخلاقية وهي: الوفاء والتضحية من أجل الوطن

تليها الإيمان بالله وطاعته تليها النظافة كما جاءت قيمة الإخلاص وقيمة احترام ملكية الآخرين في آخر القيم الأخلاقية وفق اهتمام برامج الأطفال بها.

• ماهية القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها في برامج الأطفال:

كشفت تحليل مضمون برامج الأطفال بالتلفزيون المصري بالدراسة الحالية عن القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة عينة الدراسة بالقناتين الأولى والثانية. بلغ عدد هذه القيم (١٥) قيمة بما يمثل نسبة ٢٧,٧٨% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة.

وهذه القيم هي: الطمع، الجشع، البخل، السرقة، الكذب، الغرور، التصنت على الآخرين، الخداع، الأنانية، الخبث، الظلم، الانتقام من الآخرين. حيث تكرر ظهور ثلاث قيم هي الخداع، السرقة، الأنانية في مضمون برامج أطفال القناة الأولى والقناة الثانية. كما تضمن محتوى برامج أطفال القناة الأولى علاوة على القيم الثلاث السابقة قيمتين هما، الكذب، الغرور. في حين تضمنت برامج أطفال القناة الثانية قيم الطمع الجشع التصنت على الآخرين البخل الخبث الظلم الانتقام من الآخرين علاوة على القيم الثلاثة السابقة ذكرهم.

• ترتيب القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ضمن محتوى برامج الأطفال:

أ. الترتيب من حيث عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال:

جاءت قيمة الخداع في الترتيب الأول حيث بلغ عدد تكرار ظهورها (١٤) مرة، بما يمثل ١٦,٦٦% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال تليها قيم الطمع، الجشع، التصنت على الآخرين

في الترتيب الثاني، وبلغ تكرار ظهور كل منها (٣) مرات بما يمثل نسبة ١٢,٥% من إجمالي عدد التكرارات لكل منها.

وجاءت في الترتيب الثالث القيم الآتية البخل السرقة الأنانية حيث تكرر ظهور كل قيمة منها (مرتين) بما يمثل نسبة ٨,٣٣% من إجمالي عدد التكرارات. وفي الترتيب الرابع والأخير ظهرت القيم الآتية: الخبث الظلم الانتقام من الآخرين الكذب الغرور، حيث ظهرت كل قيمة منها (مرة واحدة)، بما يمثل نسبة ٤,١٧% من إجمالي عدد التكرارات.

ب. الترتيب وفق المساحة الزمنية التي شغلها كل قيمة في مضمون برامج الأطفال:

جاءت أيضاً قيمة الخداع في الترتيب الأول حيث شغلت (٨) دقائق بما يمثل نسبة ٢٥,٨٢% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال وتليها في الترتيب الثاني قيمة السرقة حيث شغلت (٤) دقائق، بما يمثل نسبة ١٢,٩٠% من إجمالي الزمن.

ثم جاء في الترتيب الثالث القيم الآتية: الطمع الجشع التصنت على الآخرين حيث شغلت كل قيمة منها (٣) دقائق، بما يمثل نسبة ٩,٦٧% من إجمالي الزمن، وجاء في الترتيب الرابع القيم الآتية: الكذب البخل الأنانية، حيث شغلت كل منها (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٦,٤٥% من إجمالي الزمن. وفي الترتيب الخامس والأخير جاءت قيم الغرور، الخبث، الظلم، الانتقام من الآخرين حيث شغلت كل منها (دقيقة واحدة) بما يمثل نسبة ٣,٢٣% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها.

والترتيب السابق للقيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال يوضح مدى الخطورة النسبية المتمثلة في عرض كل قيمة أخلاقية غير

مرغوب فيها ببرامج الأطفال على أطفال ما قبل المدرسة، وفقاً لعدد تكرار ظهور كل قيمة والمساحة الزمنية التي شغلتها.

وهذا لا يعنى اكتساب طفل ما قبل المدرسة لهذه القيم وفق ترتيب ظهورها بمضمون برامج الأطفال، بل يشير خطورة تعرض طفل ما قبل المدرسة لمشاهدة تلك القيم ببرامج الأطفال التليفزيونية إلى جانب معرفة الطفل وفهمه للعبارات التي ظهرت وتمثلت فيها تلك القيم ببرامج الأطفال، والسياق الذي ظهرت من خلاله تلك القيم ببرامج الأطفال.

ثانياً : القيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الأولى:

فيما يلي عرض النتائج الخاصة بالقيم الأخلاقية، كما أظهرها تحليل مضمون برامج أطفال القناة الأولى بالتليفزيون المصري، من حيث عدد هذه القيم، تكرار ظهورها، المساحة الزمنية التي شغلتها بصفة عامة، ثم يتم الانتقال إلى ما تتضمنه تلك البرامج من قيم أخلاقية، مرغوب فيها، وأخرى غير مرغوب فيها، مع توضيح عدد كل منهما، تكرار ظهور كل قيمة، والمساحة الزمنية التي شغلتها، وماهية هذه القيم، وأخيراً ترتيب القيم من حيث تكرار ظهورها بمضمون البرامج، وأيضاً من حيث المساحة الزمنية التي شغلتها كل قيمة^{lxxxvii}.

عدد القيم الأخلاقية :

تضمن محتوى برامج أطفال ما قبل المدرسة بالقناة الأولى (٢٤) قيمة أخلاقية، بما يمثل نسبة ٤٤,٤٥% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، بالقناتين الأولى والثانية، البالغ (٥٤) قيمة.

عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية:

بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، ضمن محتوى برامج أطفال ما قبل

المدرسة بالقناة الأولى (٧٢) مرة، بما يمثل نسبة ٥٣,٣٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، في محتوى برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية، البالغ (١٣٥) مرة.

المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية:

شغلت القيم الأخلاقية في مضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالقناة الأولى، مساحة زمنية قدرها (١٧٠) دقيقة، هذه المساحة الزمنية تمثل نسبة ٦٢,٥٠% من إجمالي المساحة الزمنية، التي شغلتها القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية، وقدرها (١٣٥) دقيقة. وفيما يلي عرض النتائج التفصيلية للقيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الأولى:

■ القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

١. عدد القيم:

تضمن محتوى برامج أطفال القناة الأولى (١٩) قيمة أخلاقية مرغوباً فيها، تمثل هذه القيم نسبة ٣٥,١٩% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها، المتضمنة في برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية، البالغ عددها (٥٤) قيمة أخلاقية. كما تمثل نسبة ٧٩,١٧% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها المتضمنة في برامج أطفال القناة الأولى البالغ عددها (٢٤) قيمة أخلاقية.

بمعنى أن غالبية القيم الأخلاقية، التي تضمنتها برامج أطفال القناة الأولى قيم مرغوب في تقديمها، وغرسها لدى الأطفال. كما تمثل نسبة ٤٨,٧٢% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية المرغوب فيها، المتضمنة في برامج أطفال القناة الأولى والقناة الثانية، والبالغ عددها (٣٩) قيمة أخلاقية مرغوباً فيها.

٢. تكرار ظهور هذه القيم:

إجمالي تكرار ظهور هذه القيم (٦٧) مرة، بما يمثل نسبة ٤٩,٦٣% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية، (المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها) المتضمنة في برامج الأطفال، بالقناتين الأولى والثانية، البالغ عددها (١٣٥) مرة.

كما تمثل نسبة ٩٣,٠٥% من إجمالي تكرار ظهور (القيم الأخلاقية) المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها المتضمنة في برامج أطفال القناة الأولى، والبالغ عددها (٧٢) مرة.

هذا يعني أن معظم تكرارات ظهور (القيم الأخلاقية) بمضمون برامج أطفال القناة الأولى، حظيت به القيم المرغوب في تقديمها، وغرسها لدى الأطفال، وهذا ما يعكس مدى حرص هذه البرامج، على تقديم تلك القيم الأخلاقية للأطفال. كما تمثل نسبة ٦٠,٣٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، المتضمنة في برامج أطفال القناتين الأولى والثانية والبالغ عددها (١١١) مرة.

٣. المساحة الزمنية التي شغلتها:

هذه القيم شغلت مساحة زمنية مدتها (١٦٢) دقيقة، وهذه المساحة الزمنية تمثل نسبة ٥٩,٥٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية (المرغوب فيها)، وغير المرغوب فيها على القناتين الأولى والثانية، وهي (٢٧٢) دقيقة.

كما تمثل نسبة ٩٥,٢٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الأولى، وهي (١٧٠) دقيقة؛ وهذا ما يعكس مدى اهتمام تلك البرامج بالقيم الأخلاقية المرغوب فيها، وإدراك القائمين عليها بأهمية غرسها لدى طفل ما قبل

المدرسة.

كما تمثل هذه المساحة الزمنية أيضاً نسبة ٦٧,٢٢% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية المرغوب فيها، بمحتوى برامج الأطفال بالقناتين، وهو (٢٤١) دقيقة؛ أي أن غالبية المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها في تقديمها للأطفال، بمضمون برامج الأطفال، تمثلت في مضمون برامج أطفال القناة الأولى.

٤. ماهية القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج أطفال القناة الأولى:

قيم: الإيمان بالله وطاعته، النظافة، الوفاء والتضحية من أجل الوطن، حب الآخرين، الكفاح والعمل، الكرم، الوفاء، العطف، طاعة الوالدين، الأمانة، التعاون، الالتزام بآداب السلوك، آداب الطعام، الصدق، النظام، الرحمة، التنافس الحر، احترام الكبير، طاعة المعلم.

تفاوتت بعضها، وتساوى البعض الآخر من حيث عدد تكرار ظهور كل قيمة، والمساحة الزمنية التي شغلتها بالمضمون المقدم للطفل؛ مما يستدعي ترتيب هذه القيم؛ لمعرفة مدى الاهتمام الذي توليه برامج أطفال القناة الأولى لكل قيمة أخلاقية فيما يلي:

٥. ترتيب القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن محتوى برامج الأطفال بالقناة الأولى:

• من حيث عدد تكرار ظهور القيم:

احتلت قيمة الإيمان بالله وطاعته الترتيب الأول؛ حيث بلغ عدد تكرار ظهورها (١١) مرة، وحصلت على نسبة ١٦,٤٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم، ويليهما في الترتيب الثاني، قيمتا: النظافة، الوفاء والتضحية من أجل الوطن، حيث بلغ عدد تكرار ظهور كل منهما (٧) مرات، وشكلت كل

منهما نسبة ١٠,٤٥% من إجمالي عدد التكرارات.

والترتيب الثالث شغلته قيمتا: حب الآخرين، الكفاح والعمل ؛ حيث بلغ عدد تكرار ظهور كل منهما (٥) مرات، وتمثل كل منهما نسبة ٧,٤٦% من إجمالي عدد تكرارات القيم، والترتيب الرابع احتلته قيم: الكرم، الوفاء، العطف ؛ حيث تكرر ظهور كل منهم (٤) مرات، وشكلت كل منها نسبة ٥,٩٧% من إجمالي عدد التكرارات.

ويأتي في الترتيب الخامس قيم: طاعة الوالدين، الأمانة، التعاون، الالتزام بآداب السلوك؛ حيث تكرر ظهور كل قيمة منها (٣) مرات، بما يمثل نسبة ٤,٤٨% من إجمالي التكرارات.

ثم تأتي قيمة: آداب الطعام والمائدة في الترتيب السادس؛ حيث تكرر ظهورها (مرتين)، وشكلت نسبة ٢,٢٩% من إجمالي عدد التكرارات، ويليهما في الترتيب السابع والأخير قيم : الصدق، النظام، الرحمة، التنافس الحر، احترام الكبير ، وأخيراً قيمة: طاعة المعلم حيث ظهرت كل قيمة منها (مرة واحدة) فقط، بما يمثل نسبة ١,٤٩% من إجمالي عدد تكرارات ظهور القيم.

• من حيث المساحة الزمنية التي شغلتها كل قيمة:

احتلت قيمة الإيمان بالله وطاعته أيضاً الترتيب الأول؛ حيث شغلت مساحة زمنية قدرها (٢١) دقيقة، بما يمثل نسبة ١٢,٩٦% من الزمن الكلي الذي شغلته القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج الأطفال بالقناة الأولى، ويليهما أيضاً في الترتيب الثاني قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن؛ حيث احتلت مساحة زمنية قدرها (٢١) دقيقة، بما يمثل نسبة ١١,١١% من إجمالي زمن هذه القيم، ويليهما في الترتيب الثالث قيمة: النظافة التي شغلت (١٧) دقيقة، بما يمثل نسبة ١٠,٤٩% من مجموع زمن هذه القيم، بعد أن كانت في الترتيب الثاني، من حيث تكرار ظهورها، وجاء في الترتيب الرابع

قيمتا حب الآخرين، العطف، حيث شغلت كل منهما (١٤) دقيقة، بما يمثل نسبة ٨,٦٥% من إجمالي زمن هذه القيم؛ وبذلك احتلت قيمة العطف نفس الترتيب السابق لها وفق عدد تكرار ظهورها، ثم تأتي قيمة الكفاح والعمل في الترتيب الخامس، حيث شغلت (١١) دقيقة، بما يمثل نسبة ٦,٧٩% من إجمالي هذه القيم، وفي الترتيب السادس قيمتا الكرم، الوفاء، وشغلت كل منهما (١٠) دقائق، بما يمثل نسبة ٦,١٧% من مجموع زمن هذه القيم، ويشترك في الترتيب السابع قيم: الأمانة، التعاون، الالتزام بآداب السلوك، حيث شغلت كل منهم (٨) دقائق، بما يمثل نسبة ٤,٩٣% من مجموع زمن هذه القيم، وتتفرد قيمة: آداب الطعام والمائدة بالترتيب الثامن؛ حيث شغلت (٥) دقائق، بما يمثل نسبة ٣,٠٩% من الزمن الكلي الذي شغلته هذه القيم، وتأتي قيمة: طاعة الوالدين وقيمة التنافس الحر في الترتيب التاسع؛ حيث شغلت كل منهما (٤) دقائق، بما يمثل نسبة ٢,٤٧% من إجمالي زمن هذه القيم، ثم يليها قيمة: النظام في الترتيب العاشر؛ حيث شغلت (٣) دقائق، بما يمثل نسبة ١,٨٥% من إجمالي زمن هذه القيم، ويليهما في الترتيب الحادي عشر قيم: الصدق، احترام الكبير، طاعة المعلم حيث شغلت كل منهما دقيقتين، بما يمثل نسبة ١,٢٤% من مجموع زمن هذه القيم، وتأتي قيمة: الرحمة في الترتيب الثاني عشر والأخير؛ حيث شغلت دقيقة واحدة، بما يمثل نسبة ٠,٦٢% من إجمالي زمن هذه القيم.

بذلك ركزت برامج أطفال القناة الأولى، بمضمونها المقدم للطفل على قيمة الإيمان بالله وطاعته حيث جاءت في المركز الأول، وفقاً لتكرار ظهورها والمساحة الزمنية التي شغلتهما، تليها قيمتا: النظافة من حيث تكرار الظهور فقط، والوفاء والتضحية من أجل الوطن من حيث تكرار ظهور القيم، والمساحة الزمنية أيضاً، ثم جاء في الترتيب الأخير قيم: الصدق، النظام،

الرحمة، التنافس الحر، احترام الكبير، طاعة المعلم، حيث ظهرت كل قيمة منها مرة واحدة فقط، بمضمون برامج أطفال القناة الأولى؛ وهذا ما يؤخذ على تلك البرامج.

حيث أن قيمتي الصدق والنظام من القيم الأخلاقية التي ينبغي غرسها لدى أطفال ما قبل المدرسة ويراعى عدم إغفالها، علماً بأن قيمة الصدق جاءت في الترتيب الأول، يليها قيمة النظام لدى أطفال ما قبل المدرسة، في دراسة سهير أحمد محمد ، ١٩٩٣م، كما ذكرت أن هذه القيم تضمنها القانون رقم ٥٠ لسنة ١٩٧٧م ، الذي ينص على ضرورة إكسابها للطفل في مرحلة رياض الأطفال، بالإضافة إلى قيمة النظافة وقيمة التعاون.

كما أن قيمة النظافة جاءت في الترتيب الثالث لدى الأطفال في دراسة سهير محمد، ١٩٩٣م، وفي الدراسة الحالية جاءت في الترتيب الثاني، بمضمون برامج أطفال القناة الأولى من حيث عدد تكرار ظهورها، وفي الترتيب الثالث أيضاً من حيث المساحة الزمنية، التي تشغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ببرامج أطفال القناة الأولى.

ثالثاً: القيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الثانية:

عدد القيم الأخلاقية:

تضمن محتوى برامج أطفال ما قبل المدرسة بالقناة الثانية (٣٠) قيمة أخلاقية بما يمثل نسبة ٥٥,٥٥% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، بالقناتين الأولى والثانية البالغ (٥٤) قيمة.

عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية:

بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، ضمن محتوى برامج أطفال ما قبل المدرسة، بالقناة الثانية (٦٣) مرة، وهذا ما يمثل نسبة ٤٦,٦٧% من

إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، في محتوى برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية، البالغ (١٣٥) مرة.

المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية:

شغلت القيم الأخلاقية في مضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالقناة الثانية، مساحة زمنية قدرها (١٠٢) دقيقة، هذه المساحة الزمنية تمثل نسبة ٣٧,٥% من إجمالي المساحة الزمنية، التي شغلتها القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال، بالقناتين الأولى والثانية وقدرها (٢٧٢) دقيقة. وفيما يلي عرض النتائج التفصيلية للقيم الأخلاقية، كما ظهرت بمضمون برامج أطفال القناة الثانية :

■ القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

١. عدد القيم:

تضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية (٢٠) قيمة أخلاقية مرغوبًا فيها، بما يمثل نسبة ٦٦,٦٧% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها المتضمنة في برامج أطفال القناة الثانية، البالغ عددها (٣٠) قيمة أخلاقية. بمعنى أن ثلثي القيم الأخلاقية التي تضمنت في برامج أطفال القناة الثانية، هي قيم مرغوب فيها. وبهذا يمثل عدد هذه القيم ما يلي:

- نسبة أقل من نسبة ما تمثله القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ببرامج أطفال القناة الأولى، والسبب يرجع إلى اختلاف عدد القيم الأخلاقية بصفة عامة، واختلاف نسبة عدد القيم المرغوب فيها إلى نسبة عدد القيم غير المرغوب فيها بين برامج الأطفال في القناتين الأولى والثانية.
- نسبة ٥١,٢٨% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية المرغوب فيها، المتضمنة في برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية، البالغ عددها (٣٩)

قيمة أخلاقية، وهى بذلك تمثل نسبة أعلى مما تمثله في برامج أطفال القناة الأولى، وهذا يرجع لعددها.

- نسبة ٣٧,٠٣% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية (المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها) المتضمنة في برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية، البالغ عددها (٥٤) قيمة أخلاقية، وهى بذلك تحتوى على أكبر عدد من القيم الأخلاقية، إذ تمثل القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ببرامج أطفال القناة الأولى نسبة ٣٥,١٩% من إجمالي عدد القيم.

٢. تكرار ظهور هذه القيم:

بلغ إجمالي تكرار ظهور هذه القيم (٤٤) مرة، بمضمون برامج أطفال القناة الثانية، بما يمثل نسبة ٦٩,٨٤% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية (المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها) المتضمنة في برامج الأطفال بالقناة الثانية، والبالغ عددها (٦٣) مرة. كما يمثل تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، في برامج أطفال القناة الثانية، ما يلي:

- نسبة أقل من نسبة ما تمثله القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ببرامج أطفال القناة الأولى، وهذا يرجع لاختلاف عدد تكرارات القيم، في برامج أطفال كل قناة فقط. كما تمثل هذه القيم نسبة ٣٩,٦٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، المرغوب فيها، المتضمنة في برامج أطفال القناتين الأولى والثانية، البالغ عددها (١١١) مرة.

- نسبة أقل مما يمثلها عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، في برامج أطفال القناة الأولى، رغم أن عدد القيم المرغوب فيها، ببرامج أطفال القناة الثانية، أكبر بقليل من عدد القيم المرغوب فيها، ببرامج أطفال القناة الأولى.

- نسبة ٣٢,٥٩% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها،

وغير المرغوب فيها، المتضمنة في برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية، البالغ عددها (١٣٥) مرة.

- نسبة أقل مما تمثله في برامج أطفال القناة الأولى، من إجمالي عدد التكرارات؛ وهذا يرجع لاختلاف تكرارات القيم الأخلاقية في برامج كل قناة، و لاختلاف عدد تكرارات القيم الأخلاقية المرغوب فيها، بين برامج أطفال القناتين أيضاً.

٣. المساحة الزمنية التي تشغلها:

شغلت هذه القيم مساحة زمنية قدرها (٧٩) دقيقة، بمضمون برامج أطفال القناة الثانية، بما يمثل نسبة ٧٧,٤٥% من إجمالي المساحة الزمنية، التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها ضمن برامج أطفال القناة الثانية، وهي (١٠٢) دقيقة.

بذلك شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها، معظم المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية، في برامج أطفال القناة الثانية، وتختلف نسبة ما تشغله هذه القيم من مساحة زمنية، عن مثيلتها ببرامج أطفال القناة الأولى، لاختلاف المساحة الزمنية التي شغلها كل منها، والمساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية بصفة عامة، في برامج الأطفال بكل قناة.

أيضاً تمثل هذه المساحة الزمنية ما يلي:

- نسبة ٣٢,٧٨% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج الأطفال بالقناتين الأولى والثانية، وهي (٢٤١) دقيقة. وبذلك فهي تمثل نسبة أقل مما تمثله مثيلتها في برامج أطفال القناة الأولى، نظراً للمساحة الزمنية التي شغلها.

- نسبة ٢٩,٠٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية، المرغوب فيها، وغير المرغوب فيها على القناتين الأولى والثانية، وهي

(٢٧٢) دقيقة، وهى بذلك تمثل نسبة أقل مما تمثله مثيلتها ببرامج أطفال القناة الأولى، وهذا يرجع لاختلاف المساحة الزمنية التي شغلتها القيم المرغوب فيها، في برامج الأطفال بالقناتين، و لاختلاف المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية بصفة عامة، في برامج الأطفال بكل قناة.

٤. ماهية القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية:

الوفاء والتضحية من أجل الوطن، حب الآخرين، الرحمة، التعاون، طاعة الوالدين، الإيمان بالله وطاعته، التسامح، الكرم، العدل، النظافة، الشجاعة، الالتزام بأداب السلوك، الوفاء، النظام، العطف، الإحسان، الإخلاص، التنافس الحر، الصدق، احترام ملكية الآخرين.

واتضح أن أغلب القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الثانية، حظيت بدرجة اهتمام متساوية، سواء كان ذلك من حيث تكرار ظهور هذه القيم، أو من حيث المساحة الزمنية التي شغلتها، وهذا ما سوف يظهره ترتيب هذه القيم كما يلي.

٥. ترتيب القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج الأطفال بالقناة الثانية:

- الترتيب من حيث عدد تكرار ظهور القيم:
- احتلت قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن الترتيب الأول، حيث بلغ عدد تكرار ظهورها (٨) مرات، وحصلت على نسبة ١٨,١٧% من إجمالي عدد التكرارات، وتليها في الترتيب الثاني قيمتا حب الآخرين، الرحمة حيث تكرر ظهور كل منهما (٤) مرات في مضمون برامج الأطفال، وحصلت كل منهما على نسبة ٩,٠٩% من إجمالي عدد التكرارات.
- والترتيب الثالث شغلته قيمتا التعاون، طاعة الوالدين، حيث تكرر ظهور

كلُّ منهما (٣) مرات، وحصلت كل منهما على نسبة ٦,٨٢% من إجمالي عدد تكرارات القيم.

وجاء في الترتيب الرابع القيم الآتية الإيمان بالله وطاعته، التسامح، الكرم، العدل، النظافة، الشجاعة، الالتزام بآداب السلوك حيث تكرر ظهور كل قيمة منها (مرتين)، وشكلت كل منها نسبة ٤,٥٥% من إجمالي عدد التكرارات.

الترتيب الخامس والأخير جاءت فيه القيم الآتية الوفاء، النظام، العطف، الإحسان، الإخلاص، التنافس الحر، الصدق، احترام ملكية الآخرين، حيث ظهرت كل قيمة من القيم السابقة (مرة واحدة)، وبذلك حصلت كل قيمة على نسبة ٢,٢٧% من إجمالي عدد التكرارات.

• الترتيب من حيث المساحة الزمنية التي شغلها كل قيمة:

احتلت أيضاً قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن الترتيب الأول، حيث شغلت مساحة زمنية قدرها (١٤) دقيقة، ومثلت نسبة ١٧,٧٢% من إجمالي المساحة الزمنية، التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ضمن محتوى برامج الأطفال بالقناة الثانية.

واحتفظت قيمة الرحمة فقط بالترتيب الثاني، حيث شغلت مساحة زمنية قدرها (١١) دقيقة، بما يمثل نسبة ١٣,٩٣% من إجمالي المساحة الزمنية لهذه القيم، تليها في الترتيب الثالث قيمتا حب الآخرين، الإيمان بالله وطاعته، حيث شغلت كلُّ منهما (٥) دقائق، وحصلت كلُّ منهما على نسبة ٦,٣٣% من إجمالي زمن هذه القيم.

وفي الترتيب الرابع جاءت القيم الآتية التعاون، طاعة الوالدين، التسامح، الكرم، الشجاعة، التنافس الحر حيث شغلت كل قيمة منهما (٤) دقائق، بما يمثل نسبة ٥,٠٦% من إجمالي زمن هذه القيم.

وتضمن الترتيب الخامس قيم العدل، النظافة، الالتزام بآداب السلوك حيث شغلت كلٌ منهما (٣) دقائق، بما يمثل نسبة ٣,٨٠% من إجمالي زمن هذه القيم.

وجاءت قيم الوفاء، العطف، الإحسان، الصدق في الترتيب السادس، حيث شغلت كلٌ منها (دقيقتين)، بما يمثل بنسبة ٢,٥٣% من إجمالي زمن هذه القيم.

وفي الترتيب السابع والأخير ظهرت القيم الثلاث الآتية النظام، الإخلاص، احترام ملكية الآخرين، حيث شغلت كلٌ منها (دقيقة واحدة)، بما يمثل نسبة ١,٢٧% من إجمالي زمن هذه القيم.

بذلك جاء ترتيب هذه القيم غير متوافقٍ مع ترتيب بعض القيم، لدى طفل ما قبل المدرسة، كما أوضحته دراسة سهير أحمد محمد، ١٩٩٣م، حيث جاءت قيمة الصدق لدى الأطفال، وتليها النظام، وتليها النظافة، وأخيرًا التعاون. في حين أن برامج أطفال ما قبل المدرسة، بالقناة الثانية، لم تهتم بهذه القيم مطلقًا، فيما عدا قيمة التعاون، التي تكرر ظهورها (٣) مرات، وشغلت (٤) دقائق.

أما قيمة الصدق فقد ظهرت مرة واحدة، لمدة دقيقتين، وقيمة النظام ظهرت مرة واحدة، لمدة دقيقة واحدة، وقيمة النظافة ظهرت مرتين، وشغلت (٣) دقائق، وعلى ذلك لم تراعى برامج أطفال القناة الثانية الاهتمام بالقيم الأخلاقية، التي يتطلبها طفل هذه المرحلة، كما وردت في بعض الدراسات السابقة، ومنها: (دراسة سهير أحمد محمد، ١٩٩٣، دراسة أمل حسن حرات، ١٩٩٠، ودراسة سعدية محمد أحمد، ١٩٩٥).

■ القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، ببرامج أطفال القناة الثانية:
١. عدد هذه القيم:

تضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية (١٠) قيم أخلاقية غير مرغوب فيها، أي أن ثلث القيم الأخلاقية المتضمنة ببرامج أطفال القناة الثانية غير مرغوب فيها، وتمثل هذه القيم نسبة ٣٣,٣٣% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية، بمحتوى برامج أطفال القناة (٣٠) قيمة.
كما تمثل نسبة ٦٦,٦٧% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، ببرامج الأطفال بصفة عامة، أي أن ثلثي هذه القيم تمثل في برامج أطفال القناة الثانية وحدها، وأيضاً تمثل نسبة ١٨,٥٢% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية بصفة عامة، ببرامج الأطفال بالتلفزيون، وهو (٥٤) قيمة.
٢. تكرار ظهور هذه القيم:

بلغ إجمالي تكرار ظهور هذه القيم، ببرامج أطفال القناة الثانية (١٩) مرة، بما يمثل نسبة ٣٠,١٦% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية، في برامج أطفال القناة الثانية، وهو (٦٣) مرة. كما يمثل نسبة ٧٩,١٧% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، ببرامج الأطفال بصفة عامة، البالغ عددها (٢٤) مرة.

بذلك تشكل القيم الأخلاقية (غير المرغوب فيها)، ببرامج أطفال القناة الثانية، الغالبية العظمى لهذه القيم، ببرامج الأطفال بالتلفزيون المصري كما تمثل هذه القيم أيضاً نسبة ١٤,٠٨% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة، ببرامج الأطفال بالتلفزيون المصري، البالغ عددها (١٣٥) مرة.
٣. المساحة الزمنية التي تشغلها:

إجمالي الزمن الذي شغلته هذه القيم (٢٣) دقيقة، بما يمثل نسبة ٢٢,٥٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية، ببرامج

أطفال القناة الثانية، وهى (١٠٢) دقيقة، كما تمثل نسبة ٧٤,١٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، بصفة عامة في برامج الأطفال وهى (٣١) دقيقة، وتمثل نسبة ٨,٦٤% إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري، وهى (٢٧٢) دقيقة.

٤. ماهية هذه القيم:

القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الثانية جاءت كما يلي الطمع، الجشع، التصنت على الآخرين، الخداع، البخل، السرقة، الأنانية، الانتقام من الآخرين، الخبث، الظلم . و تساوي أغلب بعض هذه القيم مع البعض الآخر، من حيث تكرار ظهور القيمة، والمساحة الزمنية التي شغلتها، وهذا ما يظهره ترتيب هذه القيم كما يلي.

٥. ترتيب القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج أطفال القناة الثانية:

• ترتيب هذه القيم وفق تكرار ظهورها:

احتلت قيم الطمع، الجشع، التصنت على الآخرين، الخداع الترتيب الأول، ومثلت كل منها نسبة ١٥,٧٨% من إجمالي عدد التكرارات، حيث ظهرت كل قيمة منها ثلاث مرات.

وجاء في الترتيب الثاني قيمة البخل، حيث مثلت نسبة ١٠,٥٣% إجمالي عدد التكرارات، حيث تكرر ظهورها (مرتين) في مضمون برامج الأطفال، وفي الترتيب الثالث والأخير جاءت قيم السرقة، الأنانية، الخبث، الظلم، الانتقام من الآخرين حيث ظهرت كل منها (مرة واحدة) فقط في مضمون برامج الأطفال، ولذا حصلت كل منها على نسبة ٥,٢٧% من إجمالي عدد التكرارات.

• الترتيب وفق المساحة الزمنية التي شغلتها كل قيمة:

جاءت قيمة الخداع في الترتيب الأول، حيث حصلت على نسبة ٢٦,٠٨% من إجمالي الزمن بواقع (٦) دقائق، ثم جاء في الترتيب الثاني قيم الطمع، والجشع، والتصنت على الآخرين وحصلت كل منها على نسبة ١٣,٠٤% من إجمالي الزمن، بواقع (٣) دقائق لكل منها.

وحصلت قيمتا البخل والسرقة على الترتيب الثالث، حيث حصلت كل منها على نسبة ٨,٧٠% من إجمالي الزمن، بواقع (دقيقتين) لكل منهما، وفي الترتيب الرابع جاءت قيم السرقة، الأنانية، الخبث، الظلم، الانتقام من الآخرين وحصلت كل منها على نسبة ٤,٣٥% من إجمالي الزمن، حيث شغلت كل منها دقيقة واحدة من إجمالي الزمن.

بذلك تضمنت برامج أطفال القناة الثانية عددًا لا يستهان به من القيم الأخلاقية غير المرغوب في تقديمها، لأطفال ما قبل المدرسة، وأبرزت قيمة الخداع أكثر من اهتمامها بقيمة الصدق وغيرها من القيم المرغوب فيها، كما سوف يتضح فيما بعد عرض النتائج الخاصة بالقيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بصفة عامة، ببرامج الأطفال بالتلفزيون المصري.

رابعًا: القيم الأخلاقية المتضمنة في بعض الفقرات المستوردة ببرامج الأطفال:

اختلفت القيم الأخلاقية باختلاف جهة إنتاج فقرات بعض برامج الأطفال؛ فقد تضمنت بعض حلقات برنامج حكايات ومعاني بالقناة الثانية، وبرنامج دنيا الكارتون بالقناة الثانية، فقرات مستوردة (ذات إنتاج أجنبي) وهي عبارة عن أفلام كارتون تضمنت قيم أخلاقية مرغوب فيها وقيم أخلاقية غير مرغوب فيها وهي الشائعة في أفلام الكارتون حيث بلغ عدد القيم الأخلاقية في هذا المضمون الأجنبي (٩) قيم تضمن برنامج دنيا الكارتون منها (٣) قيم اثنان

منهما قيم أخلاقية مرغوب فيها وواحدة غير مرغوب فيها وتضمن برنامج
حكايات ومعاني (٣) قيم أخلاقية غير مرغوب فيها. وإجمالي عدد تكرار
ظهور قيمة الأمانة (٣) مرات وإجمالي المساحة الزمنية التي شغلها (٨)
دقائق. وإجمالي عدد تكرار ظهور قيمة الوفاء (٥) مرات وإجمالي المساحة
الزمنية التي شغلها (١٢) دقيقة.

- القيم الأخلاقية المرغوب فيها التي ظهرت بالمضمون الأجنبي (أفلام
الكارتون) التي تضمنتها برامج الأطفال وما تمثله من إجمالي عدد
تكرارات كل قيمة وما تمثله من إجمالي الزمن الذي شغلته كل قيمة.
- قيمة الأمانة عدد تكرارها بالمضمون الأجنبي يمثل نسبة
٣٣,٣٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور قيمة الأمانة بصفة
عامة في برامج الأطفال، كما تمثل نسبة ٢٥% من إجمالي
زمن القيمة في برامج الأطفال.
- قيمة الوفاء بالوعد عدد تكرارها بالمضمون الأجنبي يمثل نسبة
٢٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور قيمة الوفاء بصفة عامة
في برامج الأطفال، كما تمثل نسبة ١٦,٦٦% من إجمالي زمن
القيمة في برامج الأطفال.
- إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها
بالمضمون الأجنبي يمثل نسبة ١,٨٠% من إجمالي عدد تكرار
ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال بصفة
عامة والمساحة الزمنية التي تشغلها تمثل نسبة ١,٦٦% من
إجمالي المساحة الزمنية التي تشغلها القيم الأخلاقية المرغوب
فيها بصفة عامة ببرامج الأطفال.
- اكتشفت أن قيمة السرقة بالمضمون الأجنبي تمثل نسبة ٥٠%

من إجمالي عدد تكرار ظهور قيمة السرقة في برامج الأطفال
كما تمثل نسبة ٥٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها
القيمة في برامج الأطفال أيضاً وقيمة الخداع تمثل نسبة ٢٥%
من إجمالي عدد تكرار ظهور هذه القيمة في برامج الأطفال،
كما تمثل نسبة ١٢,٥٠% من إجمالي الزمن الذي شغلته تلك
القيمة ببرامج الأطفال.

وباقى القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها الواردة في أفلام الكارتون ذات
الإنتاج الأجنبي تمثل نسبة ١٠٠% من إجمالي عدد تكرارات ظهور هذه القيم
في برامج الأطفال ومن إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها هذه القيم أيضاً
في برامج الأطفال وهى القيم الآتية: الجشع، الطمع، الظلم، الانتقام من
الآخرين، الخبث.

بمعنى أن ٤٧,٩١% من إجمالي القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها
تضمنتها الفقرات المستوردة التي احتوتها بعض برامج الأطفال. ويمثل عدد
تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بالمضمون الأجنبي في برامج
الأطفال نسبة ٤٥,٨٥% من إجمالي عدد تكرارات القيم الأخلاقية غير
المرغوب فيها ببرامج الأطفال، كما تمثل نسبة ٣٨,٧١% من إجمالي الزمن
الذي شغلته القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال، وبذلك:

١. تتفق الدراسة الحالية مع ما توصل إليه حسن على محمد عام ١٩٩٢م
بدراسته حينما رصد القيم المتضمنة في برامج الأطفال المستوردة أو
التي تحتوى على فقرات في القنوات الأولى والثانية أيضاً وتوصل إلى
أن القيم السلبية احتلت ٥٢,٦% من المضمون الأجنبي المستورد، في
حين أن القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها احتلت ٧٧,٧٨% من
المضمون الأجنبي المستورد في الدراسة الحالية واحتلت القيم

الأخلاقية المرغوب فيها ٢٢,٢٢% فقط، أي أن أغلب المضمون
الأجنبي يتضمن قيم أخلاقية غير مرغوب فيها بالدراسيتين.

٢. تختلف الدراسة الحالية مع هذه الدراسة السابقة من حيث ماهية القيم
السلبية المتضمنة في المحتوى الأجنبي والتي تمثلت في قيمة الكذب،
الغرور، نكران الجميل، رفض التسامح، الخيانة، الأنانية.
٣. كما تتفق الدراسة الحالية مع دراسة بربارا، ١٩٩٣م، التي تشير إلى
أن برامج الأطفال بما تحتويه من أفلام كارتون لا تنمى قيم العائلة
حيث تعرض نماذج غير مرغوبة من السلوك الاجتماعي لصغار
الأطفال.

ما سبق يستدعى اهتمام القائمين على برامج الأطفال بالقناتين الأولى
والثانية بالتلفزيون المصري بانتقاء المضمون المستورد، الذي يقدم للطفل
المصري بل يجب أن يدركوا خطورة ما يمثلها هذا المضمون المستورد لما
يحتويه من قيم أخلاقية غير مرغوب فيها لا تتفق مع قيم المجتمع المصري
وبالأخص بأفلام الكارتون التي تجذب طفل ما قبل المدرسة لمشاهدتها لما بها
من عناصر إيهار.

خامساً: المصادر التي قدمت من خلالها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال:

تتنوع مصادر تقديم القيم الأخلاقية ضمن محتوى برامج الأطفال
للأطفال المشاهدين بين أربعة مصادر هي بالترتيب وفقاً لعدد تكرار ظهور
القيم الأخلاقية من خلالها ووفقاً للمساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية:

- المذبة (مقدمة البرنامج).
- القوالب الفنية.
- الأطفال المشاركون في تقديم البرنامج.

- ضيوف الحلقات في بعض البرامج.

و جاءت بالتفصيل على النحو التالي:

أ. المذبة:

قدمت القيم الأخلاقية من خلال المذبة (٧٩) مرة، بما يمثل نسبة ٥٨,٥٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال وشغلت القيم الأخلاقية التي قدمت من خلال المذبة (١٥٥) دقيقة بما يمثل نسبة ٥٦,٩٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. معنى ذلك أن مقدمة البرنامج (المذبة) تعد المصدر الرئيسي لتقديم القيم الأخلاقية بمحتوى برامج الأطفال، وهذا يرجع لدورها ووظيفتها حيث إنها المسئولة عن إدارة الحوار في البرنامج وتوجيه حوار الأطفال المشاركين للأهداف المعدة والمحددة مسبقاً لحقة البرنامج من قبل معد البرنامج.

ب. القوالب الفنية:

تعد القوالب الفنية أحد مصادر تقديم القيم الأخلاقية للأطفال المشاهدين ضمن محتوى برامجهم التلفزيونية، حيث تضمن بعضها قيماً أخلاقية ظهرت من خلالها (٣٤) مرة بما يمثل نسبة ٢٥,١٩% من إجمالي عدد ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (٧٤) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٧,٢٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. وهي : الأغاني - العرائس - القصص المصورة - الرسوم المتحركة - الشعر.

الأغاني :

وردت القيم الأخلاقية في الأغاني سواء كانت فواصل بين فقرات برامج الأطفال، أو قدمت من خلال أحد ضيوف البرنامج أو أحد الأطفال المشاركين

(١٩) مرة بما يمثل نسبة ١٤,٠٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ٥٥,٨٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلال القوالب الفنية مصدر القيم. استغرق زمن القيم الأخلاقية التي قدمت من خلال الأغاني (٤٢) دقيقة بما يمثل نسبة ١٥,٤٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية، وبما يمثل نسبة ٥٦,٧٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية التي قدمت من خلال القوالب الفنية.

العرائس :

بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلالها سواء كانت تشارك المذيعة في تقديم البرنامج أو شملتها فقرات برامج الأطفال (٥) مرات بما يمثل نسبة ٣,٧١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية، وبما يمثل نسبة ١٤,٧١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية ضمن القوالب الفنية. استغرق عرض هذه القيم الأخلاقية (١٧) دقيقة بما يمثل نسبة ٦,٢٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية وبما يمثل نسبة ٢٢,٩٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية التي قدمت من خلال القوالب الفنية.

القصص المصورة :

بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية فيها (٥) مرات بما يمثل نسبة ٣,٧١% من إجمالي عدد التكرارات وبما يمثل نسبة ١٤,٧١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلال القوالب الفنية. وبذلك تمثل القيم الأخلاقية في القصص المصورة ما تمثله العرائس من حيث عدد التكرارات. أما من حيث المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في القصص المصورة فقد شغلت (٥) دقائق بما يمثل نسبة ١,٨٤% من إجمالي الزمن الذي

شغلته القيم الأخلاقية وبما يمثل نسبة ٦,٧٦% من إجمالي المساحة الزمنية للقيم الأخلاقية التي قدمت من خلال القوالب الفنية.

الرسوم المتحركة:

ظهرت القيم الأخلاقية من خلال الرسوم المتحركة التي تضمنتها فقرات برامج الأطفال (٣) مرات بما يمثل نسبة ٢,٢٢% من إجمالي عدد التكرارات، وبما يمثل نسبة ٨,٨٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلال القوالب الفنية. شغلت هذه القيم مساحة زمنية قدرها (٦) دقائق بما يمثل نسبة ٢,٢٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية، وبما يمثل نسبة ٨,١١% من إجمالي الزمن الذي استغرقه عرض القيم الأخلاقية التي قدمت من خلال القوالب الفنية.

الشعر:

ظهرت القيم الأخلاقية من خلال الشعر الذي قام بإلقائه أحد الأطفال (ذكور - إناث) ضمن محتوى فقرات برامج الأطفال (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٤٨% من إجمالي عدد التكرارات، وبما يمثل نسبة ٥,٨٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية التي قدمت من خلال القوالب الفنية. استغرق عرض هذه القيم (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية في برامج الأطفال وبما يمثل نسبة ٥,٤٠% من مجموع الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية التي قدمت من خلال القوالب الفنية.

ج. الأطفال المشاركون في التقديم:

يعد الأطفال المشاركون في تقديم البرنامج مع المذيعات أحد مصادر تقديم القيم الأخلاقية للأطفال المشاهدين لبرامج الأطفال، حيث بلغ عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية من خلالهم (٢٠) مرة بما يمثل نسبة ١٤,٨١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (٣٩)

دقيقة بما يمثل نسبة ١٤,٣٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

د. ضيوف البرنامج:

يعد ضيوف البرنامج أحد مصادر تقديم القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، حيث تكرر ظهور القيم الأخلاقية من خلال ضيوف البرامج (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٤٨% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. استغرقت القيم الأخلاقية التي قدمت من خلال ضيوف البرنامج (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٤٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

■ المصدر الذي قدمت من خلاله القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن فقرات برامج الأطفال:

جاء ترتيب هذا المصدر وفقاً لعدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، ووفقاً للمساحة الزمنية التي شغلها بمحتوى برامج الأطفال كالاتي:

- المذبة (مقدمة البرنامج).
- القوالب الفنية.
- الأطفال المشاركون في تقديم البرنامج.
- ضيوف البرنامج.

و فيما يلي سنعرض لهذه المصادر وتمثيلات:

أ. المذبة:

قدمت القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلال حوارها مع الأطفال أو حديثها المباشر أو تعليقها لهم على الرسوم المتحركة... إلخ (٦٢) مرة بما يمثل نسبة ٥٥,٨٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها. استغرقت هذه القيم (١٣٤) دقيقة بما يمثل نسبة ٥٥,٦٠% من إجمالي المساحة

الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

ب. القوالب الفنية:

ظهرت القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلالها (٢٧) مرة بما يمثل نسبة ٢٤,٣٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها. شغلت هذه القيم (٦٤) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٦,٥٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها. وتضمنت القوالب الفنية (الأغاني، العرائس، القصص المصورة، الشعر).

الأغاني:

وردت القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن محتواها (١٩) مرة بما يمثل نسبة ١٧,١٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٧٠,٣٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية. استغرقت هذه القيم (٤٢) دقيقة بما يمثل نسبة ١٧,٤٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٦٥,٦٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية.

العرائس:

ظهرت القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلالها (٥) مرات بما يمثل نسبة ٤,٥٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية وبما يمثل نسبة ١٨,٥٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية. شغلت هذه القيم (١٧) دقيقة بما يمثل نسبة ٧,٠٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٢٦,٥٧% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية.

القصص المصورة:

وردت القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلالها (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٩٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٣,٧٠% من إجمالي عدد ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية. استغرق عرض هذه القيمة (دقيقة واحدة) بما يمثل نسبة ٠,٤٢% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ١,٥٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها والتي قدمت من خلال القوالب الفنية.

الشعر:

وردت القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلاله (مرتين) بما يمثل نسبة ١,٨٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٧,٤٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية. شغلت هذه القيم (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٦٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٦,٢٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية.

ج. الأطفال المشاركون في التقديم (الحضور في البرنامج):

وردت القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلالهم (٢٠) مرة بما يمثل نسبة ١٨,٠٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها في برامج الأطفال شغلت هذه القيم (٣٩) دقيقة بما يمثل نسبة ١٦,١٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

د. ضيوف البرنامج:

وردت القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلالهم (مرتين) بما يمثل نسبة

١,٨٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها، شغلت هذه القيم (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١,٦٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية المرغوب فيها.

■ مصدر تقديم القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها في محتوى برامج الأطفال:

جاءت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها من خلال مصدرين هما:
أ. المذبةعة:

وردت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها من خلالها (١٧) مرة بما يمثل نسبة ٧٠,٨٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٢١) دقيقة بما يمثل نسبة ٦٧,٧٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها في برامج الأطفال.

ب. القوالب الفنية:

وردت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها من خلالها (٧) مرات بما يمثل نسبة ٢٩,١٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، شغلت هذه القيم (١٠) دقائق بما يمثل نسبة ٣٢,٢٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها. وقد تضمنت القوالب الفنية القصص المصورة والرسوم المتحركة على النحو التالي:

القصص المصورة:

تكرر ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها من خلالها (٤) مرات بما يمثل نسبة ١٦,٦٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٥٧,١٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم

الأخلاقية غير المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية. شغلت هذه القيم (٤) دقائق بما يمثل نسبة ١٢,٩٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها وبما يمثل نسبة ٤٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية.

الرسوم المتحركة (الكارتون) :

ظهرت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها من خلالها (٣) مرات بما يمثل نسبة ١٢,٥٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٤٢,٨٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها من خلال القوالب الفنية. شغلت هذه القيم (٦) دقائق بما يمثل نسبة ١٩,٣٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها، وبما يمثل نسبة ٦٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ضمن القوالب الفنية.

مما سبق يتضح بصفة عامة ما يلي:

١. تنوع مصادر تقديم القيم الأخلاقية بمضمون برامج الأطفال بين المذبةعة، القوالب الفنية، الأطفال المشاركين الحضور في البرنامج، مما قد يجذب الطفل المشاهد بتقليد ما يراه من سلوكيات إيجابية تتضمن قيمًا أخلاقية في مقابل عدم اختلاف مصادر سماع القصص المتضمنة للقيم الأخلاقية لدى أطفال ما قبل المدرسة باختلاف البيئة التي يعيش فيها الأطفال وهذا ما ورد بدراسة عبد الناصر سلامة محمد، ١٩٩٢م.

٢. قدمت غالبية القيم الأخلاقية المرغوب إكسابها للطفل بمحتوى برامج الأطفال من خلال مقدمة البرنامج (المذبةعة) وهذا قد يضعف وقد يزيد من اكتساب الطفل بعضًا من هذه القيم، وذلك يتوقف على مدى حسب

الأطفال المشاهدين للمذبة وبالتالي لإقبالهم على البرنامج بما يحتويه من فقرات.

٣. كما تكرر ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بنسبة ٢٥,١٩% من خلال القوالب الفنية، برغم استحسان تقديم القيم الأخلاقية من خلالها حيث أن طفل ما قبل المدرسة يقبل على مشاهدة التلفزيون عامة، وبرامج الأطفال خاصة لكي يشاهد ما تتضمنه من قوالب فنية كالأغاني، الكارتون، العرائس، وبذلك لابد من استغلال هذه القوالب الفنية كأحد مصادر تقديم القيم الأخلاقية للطفل كما ينبغي.

سادساً : المكان الذي ارتبطت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال :

في الغالب لم ترتبط القيم الأخلاقية بمكان في برامج الأطفال سواء كانت قيماً أخلاقية مرغوباً فيها أو غير مرغوب فيها، كما وجدت بعض القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان ولكنه (غير محدد) بمضمون وبرامج الأطفال، كما ظهرت بعض القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد (وهذه القيم الأخلاقية هي التي يدور حولها أحد تساؤلات الدراسة) وهو: هل تعمل برامج الأطفال بالتلفزيون المصري على ربط القيم الأخلاقية بمكان محدد؟ والإجابة نعم ارتبطت بعض القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بمكان محدد. وفيما يلي يعرض الكاتب ما سبق بشيء من التفصيل.

أ. القيم الأخلاقية التي لم ترتبط بمكان:

لم ترتبط غالبية القيم الأخلاقية بمكان في مضمون برامج الأطفال بالتلفزيون المصري، وتكرر ظهور هذه القيم (٨١) مرة بما يمثل نسبة ٦٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، وقد شغلت هذه القيم (١٦٨) دقيقة بما يمثل نسبة ٦١,٧٥% من إجمالي المساحة الزمنية

التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بصفة عامة وقد بلغ عددها (٢٩) قيمة، (٢٠) منها قيم أخلاقية مرغوب فيها، و(٩) قيم أخلاقية غير مرغوب فيها وقد ظهرت وتمثلت في بعض من تكرارات القيم الأخلاقية التالية:

١. القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

لم ترتبط القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمكان فيما عدا (٥) قيم أخلاقية هي قيمة التسامح - الشجاعة - آداب الطعام والمائدة - طاعة المعلم - احترام ملكية الآخرين هذا وقد ظهرت القيم الأخلاقية المرغوب فيها التي لم ترتبط بمكان (٦٦) مرة بما يمثل نسبة ٥٩,٤٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال. شغلت هذه القيم (١٤٩) دقيقة بما يمثل نسبة ٦١,٨٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

٢. القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها:

لم ترتبط القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمكان فيما عدا (٣) قيم أخلاقية هي: التصنت على الآخرين - البخل - السرقة. ظهرت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي لم ترتبط بمكان (١٥) مرة بما يمثل نسبة ٦٢,٥١% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها في برامج الأطفال. شغلت هذه القيم (١٩) دقيقة بما يمثل نسبة ٦١,٢٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

ب. القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان غير محدد (مطلق):

ارتبطت بعض القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال بمكان غير محدد أي لم يتم تحديد المكان وجاء الحديث في المطلق ومن أمثلة ذلك في

سياق حديث المذيعة تذكر: (لما نكون قاعدين في حته)، (لما نروح مكان)، (لما نكون في مكان مع ماما نسمع كلامها). ظهرت هذه القيم في مضمون برامج الأطفال (٢٦) مرة بما يمثل نسبة ١٩,٢٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٣٨) دقيقة بما يمثل نسبة ١٣,٩٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. بلغ عدد هذه القيم (٢٤) قيمة شملت (١٥) قيمة أخلاقية مرغوباً فيها، و (٩) قيم أخلاقية غير مرغوب فيها وتمثلت هذه القيم في بعض من تكرارات ظهور القيم الأخلاقية التالية:

١. القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

ارتبطت القيم الأخلاقية المرغوب فيها بمكان غير محدد فيما عدا (١٠) قيم أخلاقية هي قيمة الإيمان بالله وطاعته - الوفاء - الالتزام بآداب السلوك - الأمانة - النظام - الشجاعة - التنافس الحر - احترام الكبير - الإحسان - الإخلاص.

ظهرت القيم الأخلاقية المرغوب فيها التي ارتبطت بمكان غير محدد (٢١) مرة بما يمثل نسبة ١٨,٩٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٣٣) دقيقة بما يمثل نسبة ١٣,١٩% من إجمالي المساحة الزمنية إلى شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

٢. القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها:

ارتبطت بعض القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بمكان غير محدد وهي القيم الآتية: التصنت على الآخرين - الخداع - البخل. ظهرت هذه القيم (٥) مرات بما يمثل نسبة ٢٠,٨٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال. شغلت هذه القيم (٥) دقائق بما

يمثل نسبة ١٦,١٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

ج. القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد:

توجد بعض القيم الأخلاقية ارتبطت بمكان محدد في مضمون برامج الأطفال، بمعنى أن برامج الأطفال ربطت بين الحرص على اكتساب الطفل قيمة أخلاقية معينة بمكان محدد أي أن يتبع الطفل نماذج من السلوك الأخلاقي بمكان ما، (أي يقوم بممارسة سلوك محدد في مكان محدد).

مثال: المفروض يكون عندنا شجاعة في مدينة الملاهي ونلعب جميع الألعاب بذلك تربط برامج الأطفال بين الشجاعة لدى الطفل ومدينة الملاهي أو بين الشجاعة و ركوب الطائرة أو غير ذلك من الأماكن.

ظهرت هذه القيم (٢٨) مرة بما يمثل نسبة ٢٠,٧٤% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية في برامج الأطفال. حيث وردت (٢٤) مرة ضمن تكرارات ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها بما يمثل نسبة ٨٥,٧١% من إجمالي عدد تكرار ظهور هذه القيم، وبما يمثل نسبة ٢١,٦٢% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال. كما وردت هذه القيم (٤) مرات ضمن تكرارات القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بما يمثل نسبة ١٤,٢٩% من إجمالي عدد تكرار ظهور هذه القيم، وبما يمثل نسبة ١٦,٦٦% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

شغلت هذه القيم (٦٦) دقيقة بما يمثل نسبة ٢٤,٢٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال، حيث شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها (٥٩) دقيقة بما يمثل نسبة ٨٩,٣٩% من إجمالي الزمن الذي شغلته تلك القيم (التي ارتبطت بمكان محدد)، و بما يمثل نسبة

٢٤,٤٨% من إجمالي الزمن الذي شغلته القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال. كما شغلت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها (٧) دقائق بما يمثل نسبة ١٠,٦١% من إجمالي الزمن الذي شغلته تلك القيم، وبما يمثل نسبة ٢٢,٥٨% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.

وما سبق يشير إلى ما يلي:

- ١- ٢٠,٧٤% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية ارتبطت بمكان محدد شغلت هذه القيم ٢٤,٢٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية، ارتبط أغلبها بالمنزل بنسبة ٥٣,٥٧% وشغلت ٥٤,٥٤% من إجمالي الزمن الذي شغلته تلك القيم، بما يشمل ٥٢,٣٨% من عدد تلك القيم الأخلاقية. أيضاً ٨٥,٧١% من تكرار ظهور هذه القيم و ٨٩,٣٩% من المساحة الزمنية التي شغلها وردت بها القيم الأخلاقية المرغوب فيها، في حين غير المرغوب فيها تمثل نسبة ١٤,٢٩% من إجمالي تكرار ظهورها و ١٠,٦١% من المساحة الزمنية التي شغلها.
- ٢- ارتبطت ٢١,٦٢% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ارتبطت بمكان محدد، وشغلت ٢٤,٤٨% من إجمالي مساحتها الزمنية، كما ارتبط أغلبها بالمنزل بنسبة ٥٤,١٣% من إجمالي تكرار ظهورها وبنسبة ٥٥,٩٢% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها.
- ٣- ارتبطت بمكان محدد ١٦,٦٦% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها وشغلت ٢٢,٥٨% من إجمالي مساحتها الزمنية.

الإطار أو المكان المحدد الذي ارتبطت به بعض القيم الأخلاقية في برامج الأطفال:

بلغ عدد القيم الأخلاقية التي عملت برامج الأطفال على ربطها بمكان محدد (٢١) قيمة أخلاقية بما يمثل نسبة ٥٦,٧٥% من إجمالي القيم، شملت ٧٢% من القيم الأخلاقية المرغوب فيها وعددها (١٨) قيمة، وشملت ٢٥% من القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها وعددها (٣) قيم. هذا ما يشير إلى أن برامج الأطفال عملت على ربط بعض القيم الأخلاقية بأماكن محددة بلغ عددها (١٢) مكاناً محدداً، ارتبطت به ٥٦,٧٥% من إجمالي عدد القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.

وفيما يلي سنعرض لهذه القيم وفقاً للمكان الذي ارتبطت به في برامج الأطفال: المنزل :

ارتبط بالمنزل (١١) قيمة أخلاقية بما يمثل ٥٢,٣٨% من إجمالي عدد القيم التي ارتبطت بمكان محدد. ظهرت القيم الأخلاقية التي ارتبطت بالمنزل في برامج الأطفال (١٥) مرة بما يمثل نسبة ٥٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرارات ظهور القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد والبالغ عددها (٢٨) مرة. شغلت القيم الأخلاقية التي ارتبطت بالمنزل (٣٦) دقيقة بما يمثل نسبة ٥٤,٥٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد و قد تمثلت القيم الأخلاقية التي ارتبطت بالمنزل في القيم الآتية:

• القيم الأخلاقية المرغوب فيها:

قيم: النظافة - حب الآخرين - الكرم - طاعة الوالدين - اتباع آداب السلوك - الأمانة - التسامح - النظام - آداب المائدة.

ظهرت هذه القيم (١٣) مرة بما يمثل نسبة ٥٤,١٣% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها المرتبطة بمكان محدد. شغلت هذه القيم (٣٣) دقيقة بما يمثل نسبة ٥٥,٩٢% من إجمالي

المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرغوب فيها المرتبطة بمكان محدد.

• القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها:

تمثلت في قيمتي البخل والسرقة، وقد ظهرتا مرتين؛ بما يمثل نسبة ٥٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي ارتبطت بمكان محدد. شغلت هذه القيم (٣) دقائق بما يمثل نسبة ٤٢,٨٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها التي ارتبطت بمكان محدد.

بذلك عملت برامج الأطفال على ربط بعض القيم الأخلاقية بالمنزل مما قد يعمل على ارتباط هذه القيم الأخلاقية بذهن طفل ما قبل المدرسة أيضًا، فنجد أنه يمارس السلوك الأخلاقي المتضمن في تلك القيم، في إطار مكاني محدد هو المنزل فقط دون الأماكن الأخرى.

وركزت برامج الأطفال على اتباع السلوك الذي يرتبط بقيمة النظافة بالمنزل، يليه الكرم وطاعة الوالدين ثم باقي القيم الأخلاقية الأخرى التي ارتبطت بالمنزل، رغم أن القيم بصفة عامة ومنها القيم الأخلاقية لا ترتبط بمكان محدد أو بزمان دون الآخر ولا يوجد إطار محدد لممارسة بعض من نماذج السلوك الأخلاقي المرغوب فيها دون البعض الآخر.

المستشفى:

ارتبطت بالمستشفى قيمة الرحمة، وظهرت هذه القيمة مرتبطة بالمستشفى (مرتين) بما يمثل نسبة ٧,١٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد. شغلت هذه القيم (٦) دقائق بما يمثل نسبة ٩,٠٩% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد.

الغابة :

ارتبطت بالغابة قيمتان غير مرغوب فيهما، هما: الخداع - السرقة، وقد ظهرت مرتبطين بالغابة (مرتين) بما يمثل نسبة ٧,١٥% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد. وبما يمثل نسبة ٥٠% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها المرتبطة بمكان محدد، شغلت هذه القيم (٤) دقائق بما يمثل نسبة ٦,٠٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد في مضمون برامج الأطفال، وبما يمثل نسبة ٥٧,١٤% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها المرتبطة بمكان محدد.

الأرض الزراعية:

ارتبطت قيمة الكفاح والعمل بالأرض الزراعية في مضمون برامج الأطفال، وظهرت مرتبطة بها (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد، وقد شغلت هذه القيمة (٤) دقائق بما يمثل نسبة ٦,٠٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد.

المسرح :

ارتبطت قيمة التنافس الحر بالمسرح في مضمون برامج الأطفال، فقد ظهرت مرتبطة به (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد، وقد شغلت هذه القيمة (٤) دقائق بما يمثل نسبة ٦,٠٦% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد.

الحديقة :

(حديقة مبارك بمدينة السويس) ارتبطت بها قيمة الوفاء والتضحية من

أجل الوطن، وقد ظهرت هذه القيمة (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد، وشغلت هذه القيمة (دقيقتين) بما يمثل نسبة ٣,٠٣% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد.

الفصل المدرسي:

ارتبطت قيمة الكفاح والعمل بالفصل المدرسي وظهرت (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد، وقد شغلت هذه القيمة نفس المساحة الزمنية السابقة وما تمثله من نسبة مئوية.

مدينة الملاهي:

ارتبطت قيمة الشجاعة بمدينة الملاهي، وظهرت مرتبطة بها (مرة واحدة) بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد، وقد شغلت هذه القيمة نفس المساحة الزمنية السابقة وما تمثله من نسبة مئوية.

ميدان الحرب والقتال:

ارتبطت قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن (مرة واحدة) بميدان الحرب والقتال بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد، وقد شغلت هذه القيمة نفس المساحة الزمنية السابقة وما تمثله من نسبة مئوية.

الطائرة:

ارتبطت قيمة الشجاعة (مرة واحدة) بالطائرة بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرتبطة بمكان محدد، وقد شغلت هذه القيمة نفس المساحة الزمنية السابقة وما تمثله من نسبة مئوية.

مكان حربى قديم :

ارتبطت قيمة الوفاء والتضحية من أجل الوطن (مرة واحدة) بمكان حربى قديم بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد. شغلت هذه القيمة (دقيقة واحدة) بما يمثل نسبة ١,٥٢% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد.

المصنع:

ارتبطت قيمة التعاون بالمصنع وخاصة (بمصنع اللعب)، ظهرت (مرة واحدة) مرتبطة به بما يمثل نسبة ٣,٥٧% من إجمالي عدد تكرار ظهور القيم الأخلاقية التي ارتبطت بمكان محدد، وقد شغلت هذه القيمة نفس المساحة الزمنية السابقة وما تمثله من نسبة مئوية. وتوصلت بهذه الدراسة للعديد من النتائج العامة، منها :

١. تضمنت برامج الأطفال بالتلفزيون المصري قيمًا أخلاقية بنسبة ٣٧,٦٧% من إجمالي زمن برامج الأطفال (عينة الدراسة)، جاء أغلبها بنسبة ٦٢,٥٠% ضمن محتوى برامج أطفال القناة الأولى.
٢. ظهرت (٥٤) قيمة أخلاقية ضمن محتوى برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون المصري، جاء أغلب تكرار ظهورها بنسبة ٥٣,٣٣% بمضمون برامج أطفال القناة الأولى.
٣. شغلت القيم الأخلاقية بمضمون برامج أطفال القناة الأولى ٤٩٣٤٢% من إجمالي زمن برامج الأطفال عينة القناة الأولى؛ في حين لم تشغل سوى ٢٦٠٩٨% من إجمالي زمن برامج أطفال القناة الثانية (عينة الدراسة).

٤. ظهرت أغلب القيم الأخلاقية بمضمون برنامج دنيا الأطفال الموجه لأطفال ما قبل المدرسة عبر القناة الثانية بالتلفزيون المصري، يليه برنامج مع الأصدقاء الذي يذاع بالقناة الأولى.

٥. ثراء مضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون بالقيم الأخلاقية المرغوب فيها.

٦. بصفة عامة شغلت القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال نسبة ٨٨,٦٠% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.

٧. تكرر ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال بنسبة ٨٢,٢٢%، جاء أغلبها بنسبة ٦٠,٣٦% ضمن محتوى برامج أطفال القناة الأولى وشغلت ٦٧,٢٢% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها تلك القيم بصفة عامة في برامج الأطفال.

٨. تكرر ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال بنسبة ١٧,٧٨%، جاء أغلبها بنسبة ٧٩,١٧% ضمن محتوى برامج أطفال القناة الثانية.

٩. أغلب القيم الأخلاقية المرغوب فيها المتضمنة ببرامج الأطفال بالتلفزيون تلائم طفل ما قبل المدرسة فقد تضمنت برامج أطفال ما قبل المدرسة:

- بعض القيم الأخلاقية بما يعزز اكتساب طفل ما قبل المدرسة لهذه القيم وفق آراء الأساتذة والخبراء.

- أغلب القيم الأخلاقية؛ التي تسعى معلمات رياض الأطفال لغرسها لدى الأطفال.

- القيم الأخلاقية التي ينبغي أن تتميزها دور الحضانة ورياض

الأطفال لدى الأطفال.

١٠. تختلف القيم الأخلاقية باختلاف جهة إنتاج بعض فقرات برامج الأطفال، كما ظهرت غالبية القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ونماذج السلوك اللاأخلاقي ضمن المحتوى الأجنبي، التي تتضمنه بعض فقرات برامج الأطفال ذات الإنتاج الأجنبي (المستورد).
١١. تعد المذبةقة المصدر الرئيسي الذي قدمت من خلاله القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال للأطفال المشاهدين؛ حيث قدمت من خلالها القيم الأخلاقية بنسبة ٥٨,٥٢%.
١٢. وردت غالبية القيم الأخلاقية بأسلوب مباشر بنسبة ٦٢,٢٢%، كما تضمنت ببرامج الأطفال بأسلوب غير مباشر بنسبة ٣٧,٧٨%.
١٣. وردت القيم الأخلاقية وبعض نماذج السلوك الأخلاقي المرغوب فيها بشكل عياني بنسبة ٦٩,٣٧% وبشكل مجرد بنسبة ٣٠,٦٣%.
١٤. قدمت القيم الأخلاقية باللغة العربية بنسبة ١٠٠%، كما قدمت بالفصحى المبسطة بنسبة ٩٧,٧٨% تليها الفصحى بنسبة ٢,٢٢%.
١٥. عملت برامج الأطفال على ربط ممارسة بعض نماذج السلوك الأخلاقي المرغوب فيها بإطار مكاني محدد، حيث تكرر ظهور ٢١,٦٢% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها مرتبطة بمكان محدد، وأغلبها ارتبط بالمنزل متمثلاً في بعض من تكرار ظهور ٧٢% من إجمالي القيم التي ارتبطت بمكان محدد.
١٦. تعمل برامج الأطفال على تدعيم غالبية تكرار ظهور القيم الأخلاقية بمحتواها بنسبة ٦٣,٧٠% حيث تدعو برامج الأطفال للتخلي بالقيم الأخلاقية المرغوب فيها بنسبة ٥٠,٣٧% كما تدعو للتخلي أو

تجنب اكتساب القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها بنسبة ١٣,٣٣%، كما اتخذت برامج الأطفال اتجاهًا سلبيًا وموقفًا محايدًا نحو ٢٥% من إجمالي ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها؛ إذ لم تدعمها بما يعمل على تجنب اكتساب أطفال ما قبل المدرسة لها.

١٧. تكرر ظهور القيم الأخلاقية بصفة عامة ببرامج الأطفال عرضت بمصاحبة صورة مرئية قد لا تجذب طفل ما قبل المدرسة لمشاهدتها؛ بما لا يدعم ظهور القيم الأخلاقية وذلك بنسبة ٦٠,٧٤% من إجمالي تكرار ظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال؛ حيث تكرر ظهور أغلبها بنسبة ٣٢,٥٩% بمصاحبة صورة المذيعة مع الأطفال المشاركين في البرنامج أو مع أحدهم. كما صاحبت هذه الصورة ٣٨% من تكرار ظهور القيم الأخلاقية المرغوب فيها. في حين صاحبت عرض أغلب تكرار ظهور القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال صور لرسوم متحركة بنسبة ٥٨% مما يجذب الأطفال لمشاهدة نماذج السلوك الأخلاقي غير المرغوب فيه.

١٨. تعددت القوالب الفنية التي تضمنت القيم الأخلاقية بمحتوى برامج الأطفال بين (١١) قالبًا فنيًا.

١٩. تركز برامج الأطفال على تقديم القيم الأخلاقية المرغوب فيها من خلال بعض القوالب الفنية وهي الحديث المباشر بنسبة ٢٣,٧١%، يليه حوار المذيعة مع الأطفال بنسبة ٢٢,٩٥%.

٢٠. جاءت غالبية القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها من خلال أفلام الرسوم المتحركة (الكارتون مصحوب بتعليق) بنسبة ٥٤,١٨%، يليه تعليق المذيعة على إحدى القصص بنسبة كما ظهرت بعض هذه القيم بالكارتون المدبلج.

٢١. لم تهتم برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتليفزيون بإبراز القيم الأخلاقية التي تضمنتها، خاصة التي أجمع الخبراء على إنها لدى أطفال ما قبل المدرسة وعددها (١١) قيمة أخلاقية، هذا فيما عدا قيمة الإيمان بالله وطاعته التي وردت بالمركز الأول وفقاً لأهمية إكسابها لطفل ما قبل المدرسة، وجاءت بالمركز الثاني بمضمون برامج الأطفال متضمنة بقيمة الطاعة.

٢٢. لم تهتم برامج الأطفال بالقيم الأخلاقية التي تسعى معلمات رياض الأطفال لإكسابها لدى أطفال ما قبل المدرسة فيما عدا ثلاث قيم اهتمت بها وهي الإيمان بالله وطاعته التي جاءت بالمركز الثاني تليها النظافة بالمركز الثالث، يليها حب الآخرين بالمركز الرابع.

٢٣. اهتمت برامج الأطفال بقيمة النظافة وفقاً لترتيبها لدى أطفال ما قبل المدرسة، بينما ضعف اهتمامها بالقيم الأخلاقية المكتسبة لدى طفل ما قبل المدرسة ومنها الصدق، النظام.

واجه الكاتب صعوبات عدة أثناء إجراء هذه الدراسة، أهمها ما يلي:

١. الحصول على تصريح دخول مبنى التليفزيون حيث استغرق استخراج هذا التصريح (١٤) شهراً.

٢. الحصول على البيانات والمعلومات بما يخدم الدراسة من إدارة الإعداد والتنفيذ بالقناة الأولى والقناة الثانية.

٣. عدم انتظام مواعيد إذاعة برامج أطفال القناة الثانية.

الخاتمة

لما كان الاهتمام بمراحل الطفولة من المسلمات البديهية التي تسعى إليها أي دولة عربية، فلا بد أن ينصب هذا الاهتمام على غرس، وتأكيد القيم الأخلاقية لدى الأطفال بداية من مرحلة ما قبل المدرسة. لأنها الفترة التكوينية الحاسمة من حياة الإنسان؛ ويتم خلالها وضع البذور الأولى للشخصية التي تتبلور وتظهر ملامحها في مستقبل حياة الطفل، ومما يزيد من خطورة هذه المرحلة أن ما يحدث فيها من نمو يصعب تقويمه أو تعديله في مستقبل حياة الفرد.

لذا ستظل عملية البحث مستمرة عن ما يتعرض له أطفالنا من خلال وسائل الاتصال والإعلام، وبخاصة عبر برامجهم وقنواتهم التليفزيونية. بدافع حرصنا على حسن رعاية أطفالنا وتشكيل ضمائرهم على الوجه الأكمل، وتحصينهم ثقافياً مما قد يتعرضون له من مواد إعلامية سواء من خلال استخدامهم لشبكة المعلومات الدولية وألعابهم الالكترونية أو من خلال مضمون بعض القنوات التليفزيونية الفضائية.

وهذا يتطلب: -

١. تعزيز الاهتمام بقضايا تنشئة الطفل العربي والحفاظ على هويته النابعة من تاريخه وتراثه وثقافته المحلية وعاداته وقيمه الأخلاقية، وبخاصة في ظل غلبة القيم المادية على القيم الروحية، وفي ظل ما يسمى بالعولمة، واتساع الاختراق الثقافي لعقول ووجدان أطفالنا، خوفاً مما قد ينتج عنه من تمييع لهويتنا الثقافية.

٢. إحياء عملية توريث و نقل بعض القيم من جيل إلى الجيل الذي يليه، التي تعد من أهم الأدوار المنوط بالقيام بها مؤسسات تشكيل الوعي

التعليمية والإعلامية والثقافية ويفترض تكاتفها لحماية وتحسين الطفل ثقافياً. ومن بين هذه المؤسسات قنوات التليفزيونات العربية التي أصبحت مهمتها جسيمة لاستكمال وتعويض دور كل من الأسرة والمدرسة في غرس القيم الأخلاقية. الذي حاول هذا الكتاب أن يوضح أهمية غرسها لدى طفل ما قبل المدرسة، وأهمية دور التليفزيون كوسيلة إعلامية لها القدرة على بث وغرس القيم الأخلاقية في نفوس الأطفال من خلال تقديم نماذج من السلوك المرغوب فيه أخلاقياً، الذي يعكس احترام آراء الآخرين وملكية الغير وحقوقهم، والاعتراف بحقوق الوالدين، واحترام النظم والقوانين... وغيرها.

٣. سير القائمين على إعلام وثقافة الطفل العربي في اتجاهين بالتوازي : -

- الأول: التحسين؛ ويعنى توظيف المضمون الثقافي والإعلامي الموجه للطفل لتحسينه من الإصابة بنماذج السلوك غير المرغوب فيه سواء من خلال المجتمع الواقعي أو الافتراضي الذي يعيش فيه.

- الثاني: التحجيم؛ ويعنى الحد من استيراد برامج الأطفال الأجنبية التي قد تتضمن مواد لا تلائم قيم مجتمعاتنا العربية، وتيسير إنشاء محطات إنتاج إعلامي تخدم ثقافة الطفل العربي.

وتأسيساً على ما سبق فنحن في حاجة لثورة أخلاقية نصصح بها مسار حياتنا، وندعم بها مستقبل أفضل للأجيال القادمة.

وأرجو أن يصل هذا الكتاب إلى يد شرائح عريضة من مجتمع القراء، وأخص منهم:

١. المسؤولين عن رسم السياسات الخاصة بثقافة المجتمع، وبالأخص ثقافة الطفل العربي.

-
٢. المسئولين عن الإعلام، وبالأخص من يهتم منهم بإعلام الطفل في مرحلة ما قبل المدرسة.
 ٣. القائمون على تربية وتعليم طفل ما قبل المدرسة سواء كانوا الوالدين أو معلمات ومشرفات رياض الأطفال.
 ٤. المهتمون والمنشغلون بتربية طفل ما قبل المدرسة.
 ٥. المسئولون عن دور الحضانة ورياض الأطفال.
 ٦. القائمون على برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون.
 ٧. المهتمون بدراسة القيم الأخلاقية.
 ٨. المهتمون بدراسة برامج الأطفال التلفزيونية.
- ولا يوجد أفضل من الختام بقول الله تعالى بآية (١١) من سورة الرعد: " إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ " صدق الله العظيم.

ملحق رقم (١)

الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

أولاً : منهج الدراسة.

ثانياً : مجتمع الدراسة.

ثالثاً : عينة الدراسة :

(أ) أسلوب اختيار العينة.

(ب) حجم العينة.

رابعاً : أدوات جمع البيانات.

خامساً : توصيف برامج الأطفال (عينة الدراسة) :

(أ) برامج أطفال القناة الأولى.

(ب) برامج أطفال القناة الثانية.

سادساً : إعداد استمارة تحليل المضمون:

(أ) تحديد وحدات التحليل.

(ب) تحديد فئات التحليل.

- فئات الشكل (كيف قيل)؟

- فئات الموضوع (ماذا قيل)؟

سابعاً: اختبار صدق وثبات استمارة تحليل المضمون:

(أ) اختبار الصدق.

(ب) اختبار الثبات.

ثامناً : وحدات القياس المستخدمة في التحليل الكمي لبرامج الأطفال.

تاسعاً : الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة التحليلية.

أولاً : منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، لذا اتبع الكاتب المنهج الوصفي لإجراء هذه الدراسة، مع الاستعانة بأسلوب تحليل المضمون لتحليل مضامين الرسالة الإعلامية ببرامج الأطفال الموجهة لطفل ما قبل المدرسة لرصد القيم الأخلاقية التي تتضمنها، وللإجابة على تساؤلات الدراسة.

كما استخدم الكاتب أسلوب استطلاع الرأي كأداة بحثية مساعدة للدراسة للتعرف على القيم الأخلاقية التي تسعى معلمات رياض الأطفال لإكسابها لأطفال ما قبل المدرسة، بقصد تقييم مدى مناسبة القيم الأخلاقية المتضمنة ببرامج الأطفال التليفزيونية لأطفال ما قبل المدرسة من الوجهة التربوية، مما يبرز دور برامج الأطفال في استكمال دور رياض الأطفال في غرس وتدعيم القيم الأخلاقية لدى أطفال ما قبل المدرسة.

ثانياً : مجتمع الدراسة:

تمثل برامج الأطفال بالتليفزيون المصري في القناة الأولى والقناة الثانية، الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة مجتمع الدراسة الراهنة.

ثالثاً : عينة الدراسة:

بعد تحديد تساؤلات الدراسة التي تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها، قام الكاتب بسحب عينة ممثلة لمجتمع الدراسة، حيث أنه من الصعب إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله، وذلك نظراً لإمكانات الكاتب الفرد المتواضعة؛ حيث لا يستطيع دراسة برامج أطفال ما قبل المدرسة على جميع قنوات التليفزيون المصري لمدة عام، فذلك أقرب إلى عمل مراكز البحوث إلى جانب ما تحتاجه من نفقات كثيرة تفوق قدرات الكاتب، فضلاً عن أن الاختيار العلمي الدقيق للعينة يؤدي للوصول إلى نتائج متماثلة مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع

الأصلى عن طريق الحصر الشامل لأخطاء عشوائية محسوبة حساباً دقيقاً^{lxxxvii}.

لذا تم الاكتفاء بتمثيل عينة الدراسة من خلال دورة برامجية واحدة لكل قناة، وذلك بعدما لوحظ عدم تغير برامج الأطفال إلا بعد فترات زمنية طويلة، و ما يطرأ عليه التغيير من دورة إذاعية لأخرى هو توقيت ويوم إذاعة غالبية البرامج، لذا قام الكاتب باختيار عينة زمنية هي دورة إذاعية تليفزيونية مدتها (ثلاثة شهور) متصلة كعينة زمنية للدراسة، وتم سحب العينة على مرحلة واحدة، أي الاكتفاء بسحب عينة واحدة فقط من المجتمع والاعتماد على النتائج الخاصة بها، ثم قام بدراسة برامج أطفال ما قبل المدرسة التي تعرض على القناة الأولى والقناة الثانية بالتليفزيون المصري لتحليل محتواها وللتعرف على ما تتضمنه من قيم أخلاقية، وذلك طبقاً للمشكلة البحثية وتساؤلات وأهداف الدراسة.

مبررات اختيار القناة الأولى والقناة الثانية بالتليفزيون المصري:

١- وضوح إرسال القناتين الأولى والثانية أكثر من غيرهما، حيث تبين من خلال بحث أجرى على برامج التليفزيون أن نسبة وضوح إرسالهما يصل إلى ٨٥,٢٨% ، ٧٨,٧٥% للقناتين على التوالي^{lxxxvii}.

٢- يفضل الأطفال برامجهم الموجهة عبر القناة الأولى لاعتمادها على العرائس المتحركة سواء كمقدمين أو مشاركين في البرامج وتعود الأطفال على مشاهدة القناة الأولى نظراً لتفضيل الكبار لها^{lxxxvii}.

مبررات اختيار العينة الزمنية:

قام الباحث بملاحظة برامج الأطفال في القناتين الأولى والثانية بطريقة غير منتظمة، ثم قام بملاحظة علمية دقيقة لبرامج أطفال ما قبل المدرسة.

تم اختيار دورة أكتوبر كعينة زمنية للدراسة للأسباب التالية:

١- تجنب الباحث أن يكون اختيار العينة عمدياً - خاصة أن برامج

التلفزيون في شهر رمضان كثيراً ما يغلب عليها الطابع الديني وتركز على بث قيم أخلاقية وإسلامية للأطفال.

٢- دورة يوليو هي الدورة الإذاعية السابقة للفترة الزمنية عينة الدراسة -

وهي توازي فترة الإجازة الدراسية للأطفال الملتحقين برياض الأطفال مما قد يقلل تعرضهم لبرامجهم التلفزيونية (موضوع الدراسة) بسبب مرافقة والديهم لقضاء معظم الإجازة السنوية في المصايف، أو الانشغال بقضاء بعض أوقاتهم في ممارسة الرياضة بالنوادي الرياضية.

٣- الفترة الزمنية عينة الدراسة يكون أغلب الأطفال في رياض الأطفال

والآخرين غير الملتحقين برياض الأطفال في منازلهم مما يضمن بقدر ما تعرض غالبية أطفال ما قبل المدرسة لهذه البرامج التلفزيونية المذاعة خلال تلك الفترة الزمنية.

٤- تم اختيار دورة أكتوبر كعينة الدراسة لخلوها نسبياً من المواد

البرامجية التي تتحكم فيها المناسبات الخاصة^{lxxxvii} والتي تأخذ من التلفزيون فترات طويلة مثل شهر رمضان و ما يليه من أيام عيد الفطر وعيد الأضحى.

أ. أسلوب اختيار العينة:

١- قام الباحث بتسجيل برامج الأطفال التي عرضت على القناتين الأولى

والثانية على شرائط فيديو كاسيت وقت إذاعتها خلال دورة أكتوبر

كاملة باستخدام أسلوب الأسبوع الصناعي عن طريق اختيار يوم واحد من كل أسبوع.

٢- قام بملاحظة علمية دقيقة لتلك البرامج لتحديد المرحلة العمرية الموجهة إليها، وللتعرف على برامج أطفال ما قبل المدرسة التليفزيونية حيث أن جميع برامج الأطفال لا تحدد المرحلة العمرية الموجهة إليها فيما عدا برنامج دنيا الأطفال الذي يعرض يوميًا عدا يوم الجمعة على القناة الثانية، ومن خلال هذه الملاحظة والتحليل المبدئي لبرامج الأطفال لمدة أسبوعين تبين عدة ملاحظات عامة على برامج الأطفال هي:

- معظم برامج الفترة الصباحية موجهة إلى طفل ما قبل المدرسة.
- برامج أطفال القناة الثانية تذاع في وقت الظهيرة وقد يذاع بعضها أثناء إذاعة برامج أطفال القناة الأولى بالفترة الصباحية.
- تشغل برامج الأطفال الموجهة إلى طفل ما قبل المدرسة بالقناة الأولى مساحة زمنية قدرها (٢٥٦) دقيقة أي ٤ ساعات و ١٦ دقيقة أسبوعيًا، في حين برامج أطفال القناة الثانية تشغل مساحة زمنية قدرها (٢٠٧) دقيقة أي ٣ ساعات ٢٧ دقيقة أسبوعيًا.
- تعتمد برامج الأطفال على تقديم فقرات أجنبية، دون مبرر كما تقدم مواد مستوردة دون أن يصاحبها ترجمة باللغة العربية لها، الأمر الذي لا يتناسب مع أطفال هذه المرحلة العمرية، وبالتالي لا يكون من اليسير لهم فهم مفرداتها.
- تقدم معظم هذه البرامج باللغة العربية الفصحى المبسطة، وهي اللغة التي يفضلها أطفال هذه المرحلة.
- أن برامج تقدم المعلومات للطفل من خلال قالب الحديث المباشر بالرغم

من عدم فاعليه هذا القالب الفني بالنسبة لطفل هذه المرحلة العمرية والذي يحتاج إلى نوع من الدينامية، والتنوع في طرق بث المعلومات.

- وجود مذيعة واحدة تقدم أكثر من برنامج مما يضعف معه الصلة بين الطفل وبرامج الأطفال إلا في حالة نجاح المذيعة في اكتساب حب الأطفال المشاهدين لها، مثال هالة فهمي في برنامج دنيا الأطفال وقلوب بتحبك وجميلة يا بلدي.

- بعض البرامج الموجهة إلى طفل ما قبل المدرسة تستعين بأطفال كضيوف في البرنامج لا يوجد بينهم تجانس في العمر، وفي كثير من الأحيان تزيد أعمارهم عن المرحلة العمرية التي يستهدفها البرنامج وهذا يظهر بشكل واضح في برنامج دنيا الأطفال.

- غالبية هذه البرامج تهتم بتنمية المهارات الفنية وتقديم معلومات تثقيفية وتروحية للطفل مثل برنامجي المسرح الصغير، واحتفالات المدارس.

- برامج أطفال القناة الثانية غالباً ليس لها ميعاد إذاعة ثابت بشكل ملحوظ، مما يعكس عدم انتظام الخريطة الإذاعية لبرامج أطفال القناة الثانية.

- يوم الجمعة من كل أسبوع تذاع البرامج على القناة الثانية وقت أداء صلاة الجمعة وهذا لا يحفز الأطفال على أداء الصلاة والسهو بسبب برامج التلفزيون، أو يتطلب منهم الانصراف عن مشاهدة هذه البرامج لأداء فريضة الصلاة.

- جميع برامج الأطفال على القناتين الأولى والثانية لم تحدد المرحلة العمرية التي تستهدفها على تتر المقدمة للبرنامج فيما عدا برنامج دنيا الأطفال على القناة الثانية والذي يستهدف الأطفال من سن ٤ - ٦ سنوات.

ثم قام الباحث بمقابلة المسؤولين والقائمين^{lxxxvii} على برامج الأطفال بالقناة الأولى والقناة الثانية وسؤالهم عن المرحلة العمرية التي يوجه إليها كل برنامج.

بذلك تمكن الباحث من تحديد برامج أطفال ما قبل المدرسة عينة الدراسة والتحليل من خلال ما سبق ذكره من إجراءات منهجية، تمثلت في البرامج التالية (يحكى أن، مع الأصدقاء، حرف و كلمة، دنيا الكارتون، اطلب وأتمنى، عروستي، سينما الأطفال، احتفالات المدارس، النادي الصغير) في القناة الأولى. أما في القناة الثانية فتمثلت في برامج (دنيا الأطفال، قلوب بتحبك، حكايات ومعاني).

ولتفادي صعوبة الاتساع الزمني لبرامج أطفال ما قبل المدرسة، اتبع الباحث أسلوب الأسبوع الصناعي لاختيار العينة وبذلك تم التغلب على مشكلة الاتساع الزمني لبرامج أطفال ما قبل المدرسة حيث يتيح هذا الأسلوب إعطاء جميع البرامج فرصاً متساوية لكي تخضع للتحليل ولا سيما برنامج دنيا الأطفال حيث أنه برنامج يومي عدا يوم الجمعة كما أن لكل يوم فريق عمل يشمل (معد، مخرج، مقدم) مختلف. وبذلك تجنب الباحث اختيار برنامج دون الآخر، سعياً لتحقيق الموضوعية والدقة، وسلامة التحليل بقدر الإمكان.

علمًا بأن دورية إذاعة برامج الأطفال بالقناة الأولى (تذاع أسبوعياً). ودورية إذاعة برامج أطفال القناة الثانية هي : دنيا الأطفال يومي عدا الجمعة، وقلوب بتحبك يذاع يومين في الأسبوع هما الخميس والجمعة من كل أسبوع، و برنامج حكايات ومعاني يذاع أسبوعياً يوم الاثنين من كل أسبوع.

ب. حجم العينة:

بلغ عدد أيام العينة ١٢ يوماً تمثل نسبة ١٣,٠٤% من عدد أيام الدورة الإذاعية البالغ عددها ٩٢ يوماً، بلغ عدد ما قدم من برامج أطفال ما قبل المدرسة (١٢)

برنامجًا تمت إذاعتهم على القناتين الأولى والثانية، بواقع (٩) برامج على القناة الأولى و (٣) برامج على القناة الثانية.

إجمالي حلقات البرامج التي تم إذاعتها ٣٠ حلقة منها (١٦) حلقة لبرامج القناة الأولى و (١٤) حلقة لبرامج القناة الثانية.

كما بلغ حجم عينة الدراسة ٧٢٢ دقيقة للقناتين أي (١٢ ساعة ودقيقتين)، بما يمثل نسبة ١٧,١٥% من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلتها برامج أطفال ما قبل المدرسة مجتمع الدراسة في القناتين، بمتوسط زمن إذاعة الحلقة الواحدة ٢٤ دقيقة و ٦ ثواني في القناتين، وبمتوسط زمني ساعة و ١٧ دقيقة تقريبًا لليوم الواحد.

بواقع ٣٤٤ دقيقة للقناة الأولى التي تمثل نسبة ٢٣,٧٦% من إجمالي زمن برامج أطفال ما قبل المدرسة في القناة الأولى البالغ ١٤٤٨ دقيقة خلال الدورة الإذاعية، والذي يمثل نسبة ٤١,٩٢% من إجمالي زمن برامج الأطفال البالغ ٣٤٥٤ ق، والذي يمثل نسبة ٢,٨٦% من إجمالي زمن الإرسال الكلي للقناة الأولى البالغ ١٢٠٩٤٣ دقيقة، في حين تمثل برامج أطفال ما قبل المدرسة عامة نسبة ١,٢٠% من إجمالي زمن الإرسال الكلي للقناة.

كما تمثل البرامج عينة الدراسة نسبة ٩,٩٦% من إجمالي زمن إرسال برامج الأطفال، ومتوسط زمن إذاعة الحلقة الواحدة في البرامج عينة الدراسة في القناة الأولى ٢١ دقيقة و ٥ ثواني.

علمًا بأن متوسط زمن الحلقة الواحدة في برامج أطفال ما قبل المدرسة عامة ٢١ دقيقة و ٢٩ ثانية، ومتوسط زمن الحلقة الواحدة في برامج الأطفال عامة ٢٣ دقيقة و ٢٧ ثانية.

وبلغ إجمالي زمن برامج أطفال ما قبل المدرسة عينة الدراسة بالقناة الثانية ٣٧٨ دقيقة وبذلك يمثل نسبة ١٣,٩٦% من إجمالي زمن برامج أطفال ما قبل

المدرسة عامة والبالغ ٢٧٦١ دقيقة بما يساوي ٤٦ ساعة ودقيقة واحدة، والذي يمثل نسبة ٥٤,٥٥% من إجمالي زمن برامج الأطفال البالغ ٥٠٦١ دقيقة، والذي يمثل نسبة ٤,٨٧% من إجمالي زمن الإرسال الكلي للقناة الثانية البالغ ١٠٣٨٥٢ دقيقة بما يساوي ١٧٣٠ ساعة و ٥٢ دقيقة.

- في حين تمثل برامج أطفال ما قبل المدرسة عامة نسبة ٢,٦٦% من إجمالي زمن الإرسال الكلي للقناة، كما تمثل البرامج عينة القناة الثانية نسبة ٧,٤٧% من إجمالي زمن إرسال برامج الأطفال، ومتوسط زمن الحلقة الواحدة في البرامج عينة الدراسة في القناة الثانية (٢٧) دقيقة، علماً بأن متوسط زمن الحلقة الواحدة في برامج أطفال ما قبل المدرسة عامة ٢٨ دقيقة وثانية واحدة، ومتوسط زمن الحلقة الواحدة في برامج الأطفال عامة ٢٤ دقيقة تقريباً.

رابعاً: أدوات جمع البيانات :

- استمارة تحليل المضمون (إعداد الكاتب).
- استمارة استطلاع رأى الخبراء في مجال التربية وعلم النفس والإعلام، ومعلمات رياض الأطفال لتحديد القيم الأخلاقية التي ينبغي غرسها لدى طفل ما قبل المدرسة من ٤ - ٦ سنوات (إعداد الكاتب).

خامساً: توصيف برامج الأطفال (عينة الدراسة):

أ. برامج أطفال القناة الأولى (المتضمنة في خطة إدارة برامج الأطفال):

١- برنامج يحكى أن^{lxxxvii}:

تقوم فكرة هذا البرنامج على تقديم حكاية في كل حلقة للأطفال ويقوم البرنامج بزيارة الأطفال في أماكن متعددة مثل المدرسة، النادي، حديقة عامة، وتتضمن فقرات البرنامج أغاني تدعم موضوع حلقة البرنامج الذي يذاع يوم السبت من

كل أسبوع ومدته (١٥) دقيقة.

٢- برنامج مع الأصدقاء^{lxxxvii}:

تقوم فكرة البرنامج على تقديم موضوع ما في كل حلقة للأطفال المشاهدين في المنازل يتم تدعيم هذا الموضوع بفقرة كارتون أو أغنية أو عرائس متحركة، وتعتمد المذبة على استخدام أسلوب الحديث المباشر يذاع هذا البرنامج يوم الأحد من كل أسبوع ومدته (١٥) دقيقة.

٣- برنامج حرف وكلمة^{lxxxvii}:

تقوم فكرة البرنامج على تقديم حرف ما من الحروف الأبجدية في كل حلقة مثلاً (الفاء) فيعرف الأطفال بشكل هذا الحرف حسب مكانه في الكلمة الأولى الوسط النهاية، وتطلب المذبة من الأطفال (ضيوف الحلقة) أن يذكروا كلمة يوجد بها هذا الحرف مثلاً (الفلاح)، ثم يدور موضوع الحلقة حول تلك الكلمة، كما يتم تدعيم موضوع الحلقة بقطعات من فيلم تسجيلي له علاقة بموضوع الحلقة، ثم تقدم فقرة رسوم متحركة كفقرة ترفيه للأطفال، ويكون التصوير إما داخلي (داخل الاستوديو) أو خارجي (خارج الاستوديو)، ويذاع يوم الأحد من كل أسبوع ومدته (١٥) دقيقة.

٤- برنامج دنيا الكارتون^{lxxxvii}:

يعتمد البرنامج على تقديم فيلم كارتون أو فقرات كارتون للأطفال المشاهدين، وتقوم المذبة بتقديم هذا الفيلم من دون أن يكون هناك تعليق مصاحب ولكنه سرعان ما يأتي منها في نهاية عرضه، البرنامج يذاع يوم الاثنين من كل أسبوع ومدته (١٥) دقيقة.

٥- برنامج اطلب وأتمنى^{lxxxvii}:

تقوم الفكرة الأساسية للبرنامج على سؤال الأطفال ضيوف الحلقات سؤاليين أساسيين هما:

- تتمنى تطلع إيه؟ - تطلب إيه من البرنامج يقدمه لك؟

وتنتقل كاميرات البرنامج لزيارة الأطفال في المدارس أو في أماكن أخرى ويلبى البرنامج مطالب الأطفال الفنية سواء كانت كارتون أو أغنية أو أي فقرات فنية أخرى والبرنامج يذاع يوم الثلاثاء من كل أسبوع ومدته (١٥) دقيقة.

٦- برنامج عروستي^{lxxxvii}:

فكرة البرنامج الرئيسية تدور حول لعبة (عروستي) حيث تطلب المذيعة أن يتقدم أحد الأطفال على خشبة المسرح وأن يقول عروستي ترد عليه العروسة وتقول كلمة (فزورة) هنا تذكر المذيعة فزورة وتطلب من أحد الأطفال الضيوف الإجابة عليها، فإذا كانت الإجابة صحيحة ترشده أن يأخذ جائزة من عند دب لعبة اسمه توتي، ويساعد المذيعة في التقديم عروستان في شكل حيوانات (دودي) في شكل قرد، و (دبادبيو) في شكل دبة، كما يتضمن البرنامج عدة فقرات فنية متنوعة؛ فيشمل فقرة الأراجوز، أغنية، مسابقة رسم، ومسابقات أخرى، ويحرص على التفاعل والمشاركة بين المذيعة والأطفال الضيوف الحضور، والبرنامج يقدم من على مسرح التلفزيون بمصاحبة فرقة موسيقية، و يذاع يوم الأربعاء من كل أسبوع ومدته (٣٠) دقيقة.

٧- برنامج سينما الأطفال^{lxxxvii}:

تقوم فكرة البرنامج على تقديم فيلم كارتون سينمائي للأطفال الضيوف الحضور المتواجدين في مسرح التلفزيون بقاعة يوسف السباعي حيث تعطى لهم المذيعة فكرة عن الفيلم ثم يتم العرض، والبرنامج يذاع يوم الجمعة من كل أسبوع ومدته (٦٠) دقيقة.

٨- النادي الصغير^{lxxxvii}:

ينتقل البرنامج إلى مدارس رياض الأطفال حيث تتعرف المذيعة على أعمالهم

الفنية، ثم يتخلل البرنامج فقرات كارتون، أو سيرك، أو فقرات أخرى، والبرنامج يذاع يوم الاثنين من كل أسبوع ومدته (١٠) دقيقة.

٩- احتفالات المدارس^{lxxxvii}:

تقوم فكرة البرنامج على نقل احتفالات المدارس وإذاعتها في هذا البرنامج سواء ارتبطت بمناسبة ما أو لم ترتبط بما تتضمنه هذه الاحتفالات من فقرات فنية، والتي في الغالب تكون غناء فردياً أو غناء فريق كورال، فقرات موسيقية، أو شعر، والبرنامج يقدم يوم الخميس من كل أسبوع ومدته (٣٠) دقيقة.

ب. برامج أطفال القناة الثانية (المتضمنة في خطة إدارة برامج الأطفال):

١- دنيا الأطفال^{lxxxvii}:

يعد البرنامج الوحيد من برامج الأطفال على القنوات الأولى والثانية الذي يحدد على تتر مقدمة البرنامج أنه للأطفال (من ٤ - ٦ سنوات)، تقوم فكرة البرنامج على أن تعطى للطفل فرصة اللعب والرسم وممارسة الهوايات الأخرى والتعرف على دنياهم (دنيا الأطفال)، فهو يجعل الأطفال يرسمون، وتستخدم المذبة في بعض الفقرات كتاباً أو قصة مصورة لتعطى الأطفال معلومات مفيدة، وتحكى المذبة لهم حكاية مسلية في كل حلقة وتتضمن فقرات كارتون أو الأغنية أو الموسيقى أو لقطات من أفلام تسجيلية، وغالباً ما يتم التصوير داخل الاستوديو بحضور (أطفال في مرحلة ما قبل المدرسة) كضيوف لحقات البرنامج ويذاع يومياً عدا يوم الجمعة من كل أسبوع ومدته (٣٠) دقيقة، وكل يوم يقوم عليه فريق عمل من القائمين عليه سواء المعد أو المقدم أو المخرج.

٢- قلوب بتحبك^{lxxxvii}:

تدور فكرة البرنامج التي يعلن عنها صراحةً للطفل المشاهد بأن هناك قلوباً تحبه

وأفرادًا يحبونه ويتمنون أن يساعده، وعلى ذلك يتم انتقال كاميرات البرنامج بمصاحبة المذيعة التي قد يرافقها بعض الأطفال (ضيوف الحلقة) في زيارتها إلى مختلف المحافظات ومختلف الأماكن كالمستشفى، الحديقة، المدرسة، المتحف، المكتبة، النادي، لعقد لقاءات مع الأطفال المتواجدين في تلك الأماكن ويتم الفصل بين الفقرات بواسطة الأغاني المسجلة كما يتم الحوار في شكل سؤال وجواب وتعمل على بث روح المرح في نفوس الأطفال والبرنامج يذاع يوم الخميس والجمعة من كل أسبوع ثم تمت إذاعته يوم الخميس فقط ومدته (٢٥) دقيقة.

٣- حكايات ومعاني^{lxxxvii}:

تقوم فكرة البرنامج على تقديم حكاية في كل حلقة ثم تقدم المذيعة المعنى الذي يجب أن يخرج به الأطفال، كأن يقدم فيلم كارتون وتقوم المذيعة بالتعليق عليه أثناء العرض ثم تقدم المعنى بعد ذلك، والبرنامج يذاع يوم الاثنين من كل أسبوع ومدته (٢٥) دقيقة.

سادسًا: إعداد استمارة تحليل المضمون:

قام الكاتب بتصميم استمارة تحليل مضمون، برامج أطفال ما قبل المدرسة التليفزيونية بغرض إجراء الدراسة التحليلية وجمع بيانات بهدف التعرف على القيم الأخلاقية التي تتضمنها تلك البرامج، و رصد معدلات تكرارها. وقد تم تقسيم الاستمارة وإعدادها بما يفى بالإجابة على تساؤلات الدراسة، حيث اشتملت على مجموعة من الفئات الرئيسية بما يتناسب مع أهداف الدراسة و لاختبار مدى صلاحيتها منهجيًا وتجريبيًا اتبع الكاتب الخطوات التالية:

تم عرض الاستمارة على مجموعة من المتخصصين، الآتي اسمائهم ودرجاتهم

العلمية وظيفة كل منهم حين تحكيم الاستثمار.

اسم المحكم	الوظيفة
د/ آمال عبد الحميد.	أستاذ مساعد بقسم الاجتماع - كلية البنات - جامعة عين شمس.
د/ جمال شفيق.	أستاذ مساعد بقسم الدراسات الاجتماعية والنفسية - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.
أ.د/ حسن عماد.	أستاذ بقسم الإذاعة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
أ.د/ سامي الشريف.	أستاذ بقسم الإذاعة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
أ.د/ سوزان القليني.	أستاذ ورئيس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس.
د/ صابر سليمان.	أستاذ مساعد بقسم الإذاعة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
د/ عادل منصور.	أستاذ مساعد بقسم أصول التربية - كلية التربية - جامعة المنصورة.
د/ عبد الودود مكروم.	أستاذ مساعد بقسم أصول التربية - كلية التربية - جامعة المنصورة.
أ.د / عدلي رضا.	أستاذ بقسم الإذاعة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
د/ عزة عزت.	مدرس بقسم الصحافة - كلية آداب - جامعة المنيا.
د/ فاطمة القليني.	أستاذ مساعد علم الاجتماع ورئيس شعبة الإعلام - قسم اجتماع - كلية البنات - جامعة عين شمس.
د/ محمود إسماعيل.	أستاذ مساعد الإعلام ورئيس قسم الإعلام وثقافة الطفل معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.
د/ هشام مصباح.	مدرس بقسم الإذاعة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

وقد تم تعديل بعض الفئات حسب آراء بعض المحكمين بما يزيد من صلاحية الاستثمار وتحقيق أهداف الدراسة المرجوة.

- تم إجراء اختبار أولى من قبل الباحث على برنامجين، وبعد أسبوعين من الاختبار الأول تم إجراء اختبار آخر للتأكد من ثبات وصدق الاستثمار بشكل مبدئي.

- واسترشادًا بآراء المحكمين والاختبار المبدئي الذي تم على مرحلتين تم صياغة الاستثمار في شكلها قبل النهائي.

أ. تحديد وحدات التحليل:

لما كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفًا كميًا،

فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات وفئات محددة حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو فئة منها وحساب التكرار الخاص بها، (حسين، ١٩٩٥: ٢٥٩). وقد استخدم الباحث أكثر من وحدة في عملية التحليل بهدف إثراء التحليل ولمعرفة الإجابة على تساؤلات الدراسة، وأيضاً لإضفاء أبعاد جديدة تفيد في التعرف على جوانب مختلفة ومتنوعة في المشكلة البحثية موضع التحليل، وتم اختيار وحدات التحليل طبقاً لطبيعة المادة موضع التحليل ومضمونها وشكلها وكميتها وللهدف الأساسي لعملية تحليل المضمون، وهي تتمثل في الوحدات التالية:

- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية.

- وحدة الموضوع أو الفكرة.

- وحدة الزمن.

١- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية:

هي وحدة (برنامج أطفال تليفزيونى موجهة لطفل ما قبل المدرسة) ، وذلك للتعرف على البيانات التالية: اسم البرنامج، دورية البرنامج ، يوم إذاعته، موعد بدء إذاعة البرنامج، القناة التي يذاع من خلالها.

٢- وحدة الموضوع أو الفكرة:

هي وحدة (القيمة الأخلاقية) سواء تمثلت في جملة أو عبارة تتضمن قيمة أخلاقية موضوع التحليل والدراسة وذلك للتعرف على القيم الأخلاقية في مضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتليفزيون، وقد تم تقسيم هذه الوحدة إلى وحدات فرعية حتى تساعد في التحليل وبهدف تحقيق أكبر درجة ممكنة من الثبات في عملية التحليل.

٣- وحدة مقاييس والزمن:

وحدة الزمن هي (الدقيقة)، وذلك للتعرف على المدة الزمنية التي استغرقها

البرنامج التليفزيوني، وللتعرف على الزمن الذي استغرقه عرض القيمة الأخلاقية الواحدة في البرنامج ، بهدف التعرف على مدى اهتمام برامج الأطفال على أن يتضمن محتواها قيمًا أخلاقية.

ب. تحديد فئات التحليل:

يقصد بالفئات "مجموعة من التصنيفات التي يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب ميسور^{lxxxviii}.

وهذه الفئات هي التي تعبر عن تساؤلات وأهداف الدراسة ويجب أن تكون انعكاساً مباشراً لمشكلة الدراسة، وقد وصفت بأنها ما يراد التقصي عنه في المحتوى، وتأسيساً على ذلك قام الباحث بتحديد فئات التحليل ووحداته تحديداً يرتبط بالمشكلة البحثية وطبيعة المضمون موضوع التحليل كميته وشكله وتنقسم فئات التحليل إلى نوعين رئيسيين هما:

- فئة الشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية (كيف قيل)؟

- فئة الموضوع (ماذا قيل)؟

ويندرج تحت كل فئة من هاتين الفئتين تصنيفات فرعية كما يلي:

أ. التقسيمات الفرعية لفئة الموضوع ماذا قيل؟

وتتضمن هذه المجموعة (٦) فئات فرعية في دراسة القيم الأخلاقية في برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتليفزيون هي :

- فئة جهة إنتاج فقرات البرنامج.
- فئة القيم الأخلاقية في البرنامج.
- فئة المصدر الذي تقدم من خلاله القيم الأخلاقية.
- فئة أساليب عرض القيم الأخلاقية.

- فئة تدعيم البرنامج للقيم الأخلاقية.

- فئة المكان الذي ترتبط به القيم الأخلاقية.

وسنعرض هذه الفئات بالتفصيل على النحو الآتي:

١- فئة جهة إنتاج فقرات البرنامج:

هي فئة موازية (لفئة منشأ المعلومة) أي من أين جاءت ووضعت هذه الفئة بهدف التعرف على جهة إنتاج فقرات البرنامج حيث تساعد في إعطاء أبعاد أكثر شمولاً في عملية التحليل لأنها تكشف جوانب تجيب عن تساؤلات الباحث بشأن اتجاه المعلومة ومدى صدقها وإمكانية تعميمها، كما تكشف أيضاً عن التوزيع الجغرافي للاهتمامات ونقاط التركيز كما يشير إليها مضمون برامج الأطفال موضع الدراسة، وللإجابة على التساؤل الآتي هل تختلف القيم الأخلاقية في برامج الأطفال تبعاً لاختلاف جهة إنتاج فقرات البرنامج؟ وتنقسم هذه الفئة إلى (التليفزيون المصري، إنتاج عربي، إنتاج أجنبي، إنتاج مشترك، غير واضح، أخرى "تذكر").

٢- فئة القيم الأخلاقية في البرنامج:

تمثل هذه الفئة (فئة الموضوع) وتجيب عن التساؤل الرئيسي للدراسة وهو ما القيم الأخلاقية التي تقدم في برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتليفزيون المصري؟ وما مدى اهتمام تلك البرامج على أن يتضمن محتواها قيماً أخلاقية تبث للأطفال المشاهدين؟

حيث تهدف للتعرف على نوعية القيم الأخلاقية المتضمنة في برامج الأطفال ولتفادي صعوبة التحليل قد تم تقسيم هذه الفئة إلى:

- قيم أخلاقية مرغوب فيها.

- قيم أخلاقية غير مرغوب فيها.

كما يندرج تحت كل من هاتين الفئتين مجموعة من القيم الأخلاقية الفرعية يبلغ

عددها (١٠) قيم أخلاقية فرعية لكل فئة حتى تيسر عملية التحليل وذلك على النحو التالي:

■ قيم أخلاقية مرغوب فيها وتضم القيم التالية: الإيمان بالله وطاعته، طاعة الوالدين، الصدق، الأمانة، الرحمة، التسامح، احترام الكبير، الكرم، حب الخير للآخرين، الوفاء، أخرى "تذكر".

■ قيم أخلاقية غير مرغوب فيها وتضم القيم التالية: عقوق الوالدين، الكذب، عدم احترام الكبير، البخل، نكران الجميل، رفض التسامح، الأنانية، الطمع، الحقد، تخريب الملكية العامة، أخرى "تذكر".

وتم تعريف كل قيمة من هذه القيم تعريفاً إجرائياً، وبذلك التصنيف نستطيع أن نجيب عن التساؤل الفرعي الآتي: ما القيم الأخلاقية المرغوب فيها والأخرى غير المرغوب فيها بمحتوى برامج الأطفال التليفزيونية الموجهة لأطفال ما قبل المدرسة؟ ويترتب على هذه الإجابة تقدير الأهمية والتركيز النسبي الذي توليه برامج الأطفال لقيم أخلاقية محددة دون قيم أخلاقية أخرى وأيضاً في برنامج دون آخر، كذلك نستطيع التعرف على ترتيب القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال.

٣- فئة المصدر الذي تقدم من خلاله القيم الأخلاقية:

وهذه الفئة تمثل (فئة مصدر المعلومة) وتجيب عن التساؤل الآتي ما المصدر الذي تقدم من خلاله القيم الأخلاقية؟ حيث تهدف إلى الكشف عن طبيعة ونوعية الشخص الذي يقدم القيم الأخلاقية في البرنامج أي من القائل؟ وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى المذيع أو المذيعة، الأطفال، الضيوف، قالب فنى ويشمل دراما، كارتون، أغنية، عرائس، فزورة، أخرى "تذكر".

٤- فئة أساليب عرض القيم الأخلاقية:

تمثل هذه الفئة (فئة الأساليب المتبعة)، وتجيب هذه الفئة عن التساؤل الآتي ما

أساليب عرض القيم الأخلاقية في برامج الأطفال؟ وتهدف هذه الفئة للتعرف على أسلوب عرض القيم الأخلاقية في البرنامج، وقد تم تقسيمها إلى مباشر، غير مباشر، عرضت مدعمة بسلوك، عينية، مجردة أخرى "تذكر".

٥- فئة تدعيم البرنامج للقيم الأخلاقية:

هذه الفئة تقابل (فئة الاتجاه) وهدف هذه الفئة هو معرفة ما إذا كان البرنامج يدعم الاتجاه نحو قيم أخلاقية معينة دون أخرى سواء كانت مرغوباً فيها أو غير مرغوب فيها، وما هي تلك القيم؟ كما توضح التأييد أو الرفض أو الحياد بالنسبة لموقف البرنامج من قيمة معينة وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى يدعو إليها، يدعو لتجنبها، لا يوجد تدعيم محايد، أخرى "تذكر".

٦- فئة المكان الذي ترتبط به القيم الأخلاقية:

تهدف هذه الفئة للإجابة عن التساؤل الآتي هل تعمل برامج الأطفال على ربط القيم الأخلاقية بمكان محدد؟ تم تقسيم تلك الفئة إلى (المنزل، المدرسة، النادي، المستشفى، الطريق العام، الحديقة، أكثر من مكان، غير واضح، لم ترتبط بمكان، أخرى "تذكر")، أيضاً تكشف هذه الفئة عن ما إذا كانت برامج الأطفال تربط قيماً أخلاقية بعينها بمكان بعينه مثلاً قد ترتبط قيمة النظافة بنظافة الفصل في المدرسة، بمعنى هل يقتصر ممارسة السلوك الذي يتضمن قيمة أخلاقية على مكان بعينه دون مكان آخر.

ب. التقسيمات الفرعية لفئة الشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية (كيف قيل؟) :

- تتضمن هذه المجموعة (٥) فئات فرعية تدور حول الشكل الذي قدمت به القيم الأخلاقية في برامج أطفال ما قبل المدرسة بالتلفزيون، هي:
- فئة طول حلقة البرنامج بالدقيقة "تذكر".
 - فئة الزمن الذي يستغرقه عرض القيمة الأخلاقية الواحدة.

- فئة اللغة التي تقدم بها القيم الأخلاقية.
- فئة القوالب الفنية التي تقدم فيها القيم الأخلاقية.
- فئة الصورة المرئية المصاحبة لعرض القيم الأخلاقية.

وهذه الفئات بالتفصيل على النحو التالي:

أ. فئة طول حلقة البرنامج بالدقيقة "تذكر":

وهي تمثل فئة المساحة والزمن، بهدف التعرف على طول حلقة البرنامج الذي يخضع للتحليل ومجموع زمن البرامج يساوي مجموع زمن البرامج عينة الدراسة الخاضعة للتحليل.

تركت هذه الفئة (مفتوحة) دون تصنيف لحصر الزمن بدقة.

ب. فئة الزمن الذي يستغرقه عرض القيمة الأخلاقية الواحدة:

أيضاً هذه الفئة تتبع فئة المساحة والزمن، وتهدف للإجابة على التساؤل الآتي ما الوقت الذي تشغله القيم الأخلاقية في محتوى برامج الأطفال؟ وتهدف للتعرف على الوقت المخصص لعرض القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال ومعرفة الوقت الذي تشغله كل قيمة أخلاقية داخل نفس البرنامج الواحد ونسبته إلى وقت البرنامج الإجمالي، حيث يشير عنصر الوقت إلى مدى اهتمام برامج الأطفال على أن يحتوى مضمونها قيم أخلاقية، وأيضاً الاهتمام بعرض قيمة معينة دون الأخرى بحيث أنه كلما زاد الوقت كان ذلك دليلاً على زيادة الاهتمام.

تنقسم هذه الفئة إلى أقل من دقيقة، من دقيقة إلى أقل من دقيقتين، من دقيقتين إلى أقل من ثلاث دقائق، من ثلاث دقائق إلى أقل من أربعة دقائق، من أربعة دقائق إلى أقل من خمسة دقائق، خمسة دقائق فأكثر، أخرى "تذكر".

ج. فئة اللغة التي تقدم بها القيم الأخلاقية:

وهي تمثل فئة اللغة المستخدمة، وتجب عن التساؤل الآتي: ما اللغة التي تقدم

بها القيم الأخلاقية في برامج الأطفال؟ والمستوى اللغوي الذي تقدم به؟ و تهدف للتعرف على اللغة المستخدمة في تقديم القيم الأخلاقية، والمستوى اللغوي للغة العربية، مثلاً هل هي: عربية فصحي أم عربية عامية، ومدى مناسبتها للجمهور المستهدف (جمهور أطفال ما قبل المدرسة)، لكي نضمن فهمهم واستيعابهم للرسالة الإعلامية (مضمون برامج الأطفال)، وهي تنقسم إلى: عربية وتشمل فصحي وعامية، أجنبية وتشمل إنجليزية وفرنسية، أخرى تذكر".

د. فئة القوالب الفنية التي تتضمن القيم الأخلاقية:

هذه الفئة تجيب عن التساؤل الآتي ما القوالب الفنية التي تتضمن القيم الأخلاقية في برامج الأطفال؟ لذا تم وضع هذه الفئة لمعرفة القوالب الفنية التي تعرض من خلالها القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال، وقد تم تقسيم تلك الفئة إلى:

حديث مباشر، فيلم تسجيلي ويشمل مصحوباً بتعليق، غير مصحوب بتعليق، دراما وتشمل (دراما سينمائية، دراما مسرحية، كارتون)، غناء ويشمل فردياً، ويشمل (طفلاً أو طفلة، عروسة، رسوماً متحركة)، جماعياً ويشمل (أطفالاً، فريق كورال، طفلاً ومذيعاً، طفلاً وعروسة، أخرى "تذكر")، حوار بين المقدم وطفل، أو عروسة، وضيف، أو حوار بين الطفل وطفل أو مجموعة أطفال، وعروسة، مسابقات، سؤال وجواب، أخرى "تذكر".

ه. فئة الصورة المرئية المصاحبة لعرض القيم الأخلاقية:

هذه الفئة تمثل (فئة المعالجة الفنية) وتهدف للإجابة على التساؤل الآتي ما الصورة المرئية المصاحبة لعرض القيم الأخلاقية في برامج الأطفال؟ تهدف للتعرف على الجوانب الفنية لبرامج الأطفال المصاحبة لعرض القيم الأخلاقية والتي قد تزيد من درجة انتباه الأطفال إلى مضمون القيم الأخلاقية

باستخدام تلك الأساليب الفنية وهو ما يزيد أهميتها بالتالي في نفوس الأطفال، حيث أن استخدام الصور والرسوم مثلاً يزيد من تدعيم قيمة المضمون نظراً لما تضيفه من زيادة الإيضاح والتأكيد.

وهو ما يشير إلى زيادة الاهتمام بالمادة موضع التحليل القيم الأخلاقية، فضلاً عما تعكسه الصورة أو الرسم من معان وأفكار تضاف إلى القيمة الموضوعية للمضمون، وقد تم تقسيم تلك الفئة إلى: المقدم نفسه، رسوم متحركة، عرائس، فيلم تسجيلي، صور فوتوغرافية، قصة مصورة، لوحات وتشمل مرسومة، مكتوبة، مرسومة ومكتوبة، أغاني وتشمل عربية، أجنبية، أخرى "تذكر" وبذلك تم تحديد فئات تحليل المضمون.

سابعاً: اختباري الثبات والصدق:

لما كان أهم ما يميز أدوات القياس توافر خاصتي الثبات Reliability والصدق Vaalidity فيها حتى يمكن جمع البيانات وقياس الظاهرات والمتغيرات بطريقة دقيقة وبمستوى عال من الكفاءة فقد قام الباحث بإجراء اختباري الثبات والصدق على النحو التالي:

أ. اختبار الثبات:

يعنى الثبات في مجال استخدام تحليل المضمون أنه مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية فمن الضروري الحصول على نفس المعلومات في حالة إعادة البحث، مهما اختلف القائمون بالتحليل أو تغير التوقيت الذي تتم فيه عملية إعادة البحث^{lxxxvii}، وتسعى عملية الثبات في تحليل المضمون إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين التاليين:

الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل: بمعنى ضرورة توصل كل منهم إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون.

١- الاتساق الزمني: بمعنى ضرورة توصل الباحثين إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون، إذا أجرى التحليل في أوقات مختلفة.

وكما حقق تحليل المضمون درجة عالية من الاتساق على هذين البعدين ازدادت قيمته بوصفه أداة علمية.

بالنسبة للبعد الأول قام الكاتب بإجراء الثبات مع ثلاثة من الباحثين المحليين^{lxxxvii} بعد تزويدهم باستمارة تحليل المضمون وملحق التعريفات الإجرائية الخاص بها - والتعليمات الخاصة بكيفية التحليل فضلاً عن تدريبهم على استخدام استمارة التحليل، ثم تم إجراء دراسة تحليلية على عينة من برامج أطفال ما قبل المدرسة موضع التحليل.

ثم تمت مقارنة النتائج التي توصل إليها الباحثون بالنتائج التي توصل إليها الباحث وكذلك مقارنة نتائج كل باحث بنتائج الباحثين الآخرين، وتم قياس ثبات التحليل - ودلت النتيجة على أن معامل الثبات^(*) بين المحليين وصل إلى (٠,٩٣١) وهي نسبة تكفي لصلاحية الأداة للتحليل.

أما بالنسبة للبعد الثاني وهو (الاتساق الزمني): فقد اعتمد الباحث على استخدام "أسلوب إعادة الاختبار" Test - retest حيث قام بإعادة تطبيق استمارة تحليل المضمون على نفس البرامج (عينة التطبيق الأول) بعد فترة زمنية بلغت أسبوعين من إجراء التطبيق الأول، ثم قام بمقارنة النتائج وحساب معامل الثبات بين الإجابتين للتأكد من ثبات التحليل ولضمان تحقيق أكبر قدر من الموضوعية.

ب. اختبار الصدق Validity:

يقصد باختبار صدق أداة جمع البيانات مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى

الدراسة إلى قياسه فعلاً، أي أن الأداة تقيس فعلاً ما يسعى الباحث إلى قياسه^{lxxxvii}. لذلك بعد أن قام الباحث بتحديد فئات ووحدات التحليل والتعريف الإجرائي لكل فئة بدقة، تم عرض استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين المتخصصين في تخصصات مختلفة (الإعلام، التربية، علم نفس الطفل، الاجتماع) للتعرف على مدى صلاحيتها لأهداف الدراسة وتساؤلاتها. وبلغت النسبة العامة للاتفاق بين المحكمين (٨٨%) وفقاً لما وضعه الباحث من مقياس، وذلك على مستوى جميع الفئات التي وردت في استمارة التحليل، وقد قام الكاتب بإجراء بعض التعديلات اللازمة وفقاً لآراء المحكمين كما سبق إيضاحه. تم تعديل الاستمارة وفق آراء المحكمين (السابق عرضها) وبعد أن تم إجراء اختباري الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون (كما هو موضح فيما سبق)، أصبحت صياغة استمارة تحليل المضمون في شكلها النهائي، وتضمنت (١٣) سؤالاً غطت جميع تساؤلات الدراسة، وتم تطبيق استمارة تحليل المضمون على برامج الأطفال عينة الدراسة وبذلك تم إجراء الدراسة التحليلية.

ثامناً: وحدات القياس المستخدمة في تحليل المضمون أو التحليل الكمي لبرامج الأطفال:

- وحدة العد أو التسجيل.
- وحدة الزمن.
- وحدة السياق أو التحليل.
- أ. وحدة العد أو التسجيل: هي أصغر وحدة يظهر من خلالها تكرار الظاهرة وهي ترتبط بعملية التبويب - حيث يتم بواسطتها التعامل الكمي مع البيانات ويتم ذلك بطريقة العلامات والتكرار - لأنها تحقق الإجابة

الكمية على أهداف الدراسة.

ب. وحدة الزمن: هي (الدقيقة) وذلك للتعرف على المدة الزمنية لكل برنامج خاضع للتحليل - وللتعرف على الزمن الذي يستغرقه عرض القيمة الأخلاقية الواحدة في البرنامج.

ج. وحدة السياق أو التحليل: هي (الفقرة) أي فقرة واحدة من فقرات البرنامج الخاضع للدراسة، وذلك بهدف التعرف على وحدات التسجيل أو العد واستخراجها من موضوع الدراسة والتحليل (برامج الأطفال).
علمًا بأن المقصود بالفقرة هو "مجموعة اللقطات التي تدور في مكان واحد وزمان واحد حتى ولو تخطت الكاميرا ذلك المكان إلى مكان آخر قريب منه، ما دام الحدث متصلًا في المكان والزمان ولم ينتقل منه إلى غيره وسواء طالت مدته أو قصرت فإنه يعد وحدة متكاملة خاضعة للقياس".

تاسعًا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة التحليلية:

من أجل التوصل إلى نتائج دقيقة، قام الكاتب باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

أ. أسلوب العلامات والتكرارات.

ب. حساب النسب الخاصة بكل قيمة.

حيث قام الكاتب بتحليل مضمون برامج الأطفال طبقًا لاستمارة تحليل المضمون المعدة من قبل، ورصد تكرار ظهور كل قيمة وبياناتها كما هو واضح في استمارة تحليل المضمون ثم قام بتفريغ البيانات الخاصة بكل قيمة، ثم وضع هذه البيانات في جداول تكرارية، ومن ثم توصل إلى النتائج التفصيلية ومنها إلى النتائج العامة للدراسة التحليلية.

ملحق رقم (٢)

التعريفات الإجرائية

لاستمارة تحليل المضمون خاصة بدراسة
"القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري"

(إعداد : أشرف قادوس)

دورية البرنامج: المقصود بها رصد دورية إذاعة البرنامج، هل يذاع يوميًا أم يذاع يوميًا عدا يوم الجمعة أو يذاع أسبوعيًا، أم أنه برنامج مناسبات وتم تقسيم المناسبات إلى قومية، دينية، أخرى تذكر.

يوم إذاعته: لمعرفة يوم إذاعة كل حلقة من حلقات البرامج عينة الدراسة الخاضعة للتحليل.

موعد بدء إذاعة البرنامج: للتعرف على موعد بدء إذاعة البرنامج، هل يذاع في العاشرة صباحًا أم يذاع الحادية عشرة صباحًا... الخ، وفي حالة إذاعة البرنامج الساعة العاشرة وخمسة عشر دقيقة صباحًا يصنف تحت فئة من العاشرة صباحًا، لأقل من ١١ صباحًا.

أي أن فئة العاشرة صباحًا تشمل الزمن في تمام العاشرة صباحًا لأقل من الحادية عشرة صباحًا، وهكذا لباقي الفئات الفرعية الأخرى. و في حالة بدء إذاعة البرنامج في فترة زمنية غير موجودة في الفئات الفرعية الواردة باستمارة التحليل يصنف تحت فئة (أخرى تذكر).

طول حلقة البرنامج بالدقيقة (تذكر): للتعرف على زمن إذاعة كل حلقة من حلقات البرنامج، ومجموع زمن حلقات كل برنامج (عينة الدراسة) يساوى المدة الزمنية الخاصة بذلك البرنامج الخاضع للتحليل. أيضاً مجموع زمن البرامج عينة الدراسة يساوى الزمن الكلى للبرامج (عينة الدراسة) والتي تخضع للتحليل والدراسة. نلاحظ أن تلك الفئة لم يندرج تحتها تقسيمات فرعية وتركت مفتوحة حتى يتم تحديد زمن كل حلقة من الحلقات والبرامج عينة الدراسة بدقة.

جهة إنتاج فقرات البرنامج: المقصود به معرفة الجهة التي قامت بإنتاج الفقرات المتضمنة بحلقات برامج الأطفال التي خضعت للتحليل والدراسة ويندرج تحت هذه الفئة الفئات الفرعية التالية:

- التليفزيون المصري: يعنى أن التليفزيون المصري هو المسئول المالى والإدارى عن الإنتاج حيث أن جهة الإنتاج تظهر في لوحات بداية ونهاية البرنامج.
- إنتاج عربي: هو الإنتاج الذي يتم في إحدى الدول العربية عن طريق مؤسسات رسمية أو تجارية أو غير تجارية وتحصل عليه المؤسسة التليفزيونية المحلية (التليفزيون المصري) سواء عن طريق الشراء أو التبادل - ويظهر ذلك من لوحات البداية والنهاية لكل فقرة.
- إنتاج أجنبي: هو الإنتاج الذي يستورد من الدول الأجنبية عن طريق شركات تجارية أو مؤسسات غير تجارية ويظهر ذلك من لوحات الإشارة في بداية ونهاية كل فقرة.
- إنتاج مشترك: وهو الإنتاج الذي يساهم فيه أكثر من جهة مثلاً: التليفزيون المصري مع غيره من المؤسسات الإعلامية الأخرى سواء كانت تلك المؤسسات عربية أو دولية أو إنتاج تساهم فيه مؤسسة إنتاج

محلية تجارية مع التليفزيون المصري، ويظهر ذلك من لوحات بداية ونهاية الفقرة.

- غير واضح: هذه الفئة يصنف فيها أي فقرة برنامج تكون جهة إنتاجها غير واضحة أو غير معلومة. وإذا ظهر غير تلك الفئات الخمسة يصنف تحت فئة أخرى (تذكر).

مقدم البرنامج: المقصود به رصد من الذي قام بتقديم فقرات البرنامج للطفل المشاهد، وتنقسم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: مذيع، الاثنان معًا، أطفال وتنقسم إلى (ذكور، إناث)، وفي حالة عدم وجود مقدم في بعض الفقرات يصنف تحت فئة (لا يوجد مقدم)، وفي حالة وجود مقدم غير وارد باستمارة التحليل يصنف تحت فئة (أخرى تذكر).

مشاركون في التقديم: للتعرف على من الذي شارك في التقديم مع مقدم البرنامج هل هم أطفال، ممثلين، عرائس، رسوم متحركة، ضيوف، معلق، وفي حالة وجود مشارك غير مذكور في استمارة التحليل يصنف تحت فئة (أخرى تذكر).
نوع المشارك في التقديم: للتعرف على نوع من شارك في التقديم هل هو ذكر أم أنثى أم الاثنان معًا.

تخصص ضيف البرنامج: للتعرف على تخصص ضيف البرنامج هل تخصصه في مجال: الدين، الإعلام، الرياضة، الطب، التعليم، الزراعة، الفن، وفي حالة أن يكون تخصصه غير واضح يصنف تحت فئة (غير محدد) وفي حالة وجود ضيف تخصصه غير التخصصات السابقة يصنف تحت فئة (أخرى تذكر).

القيم الأخلاقية: تهدف هذه الفئة إلى التعرف على نوعية القيم الأخلاقية التي تتضمنها برامج أطفال ما قبل المدرسة في التليفزيون المصري خلال فترة

الدراسة، وتشمل القيم الأخلاقية القيم المرغوب فيها وغير المرغوب فيها أو (المرغوب عنها) وهناك من يسميها (قيم التحلي، قيم التخلي).*

أ. القيم الأخلاقية المرغوب فيها: يقصد بها الباحث تلك القيم الأخلاقية التي نرغب في أن يتعلمها أطفالنا وتمثل الأخلاق والمثل العليا التي تؤدي بمن يتعلمها إلى السلوك السوي في حياته. وتشمل القيم الأخلاقية الآتية: الإيمان بالله وطاعته، طاعة الوالدين، الصدق، الأمانة، الرحمة، التسامح، احترام الكبير، الكرم، حب الخير للآخرين، الوفاء. وفي حالة وجود قيمة أخلاقية فيها لم تتضمنها هذه الاستمارة تصنف تحت فئة (أخرى تذكر).

■ التعريفات الإجرائية للقيم الأخلاقية المرغوب فيها:

الإيمان بالله وطاعته: التصديق الجازم واليقين الصادق بوجود الله ، وأيضاً يعنى التسليم من جانب الإنسان بأن هناك إلهاً واحداً للكون يدبر حركته، ويسيطر عليه ويشمل ضرورة الإيمان بالملائكة والرسل والكتب السماوية واليوم الآخر والقضاء والقدر خيره وشره^{lxxxvii}. أي أن الاعتقاد بأن الله رب كل شيء وخالقه وأنه هو الذي يستحق أن يفرد بالعبادة^{lxxxvii}.

طاعة الوالدين: حبهما والإحسان إليهما وطاعتهما في كل الأمور. وتشمل أداء الإنسان لحقوق والديه ومعاملتهم معاملة كريمة والوفاء بدينه لهم.

الصدق: يعنى الالتزام بالحقيقة قولاً وعملاً في أي وقت وتحت أي ظروف و "إخبار الإنسان بما يعتقد أنه الحق" ، وأن يكون صادق مع نفسه ومع الآخرين ولا يكتُم الشهادة وهو ضد الكذب والرياء والنفاق.

الأمانة: شعور الإنسان بمسئوليته عن كل ما يوكل إليه وبذل الجهد في تأديته، وتشمل كل ما يؤتمن عليه الإنسان من أشياء وأقوال لابد من الحفاظ عليها.

الرحمة: الرأفة بالآخرين وقدرة الإنسان واستعداده لكشف الأذى وإزالته عن الآخرين سواء كانوا معروفين أو غير معروفين وتشمل الرحمة الإنسان والحيوان^{lxxxviii}.

التسامح: تنازل الإنسان عن حق من حقوقه في مواجهة أذى أو ضرر سببه له شخص آخر، العفو عن المسيء والبساطة في التعامل، أي مقابلة الإساءة بالإحسان.

احترام الكبير: هو أن يسلك الطفل الصغير سلوكاً يقوم على تقدير واحترام من هم أكبر منه سناً أو مكانة وألا يأتي بسلوك يقلل من شأن هؤلاء أو يقلل من احترامهم.

الكرم: العطاء والجود للآخرين دون انتظار مقابل.

حب الخير للآخرين: أن يتمنى الإنسان للآخرين ما يحبه لنفسه ولا يحقد عليهم.

الوفاء: أن يفي الإنسان بما وعد به وأن يحفظ الجميل للآخرين وأن يكون وفيًا لأصدقائه ولمعلميه.

ب. القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها:

قد تسمى (المرغوب عنها) أو (القيم التخلي) ويقصد بها تلك القيم الأخلاقية التي لا نرغب في أن يتعلمها أطفالنا وندعوهم لتجنبها وهي تشمل القيم الأخلاقية الآتية: عقوق الوالدين، الكذب، عدم احترام الكبير، البخل، نكران الجميل، رفض التسامح، الأنانية، الطمع، الحقد، تخريب الملكية العامة، في حالة وجود قيمة

أخلاقية غير مرغوب فيها لم تتضمنها هذه الاستمارة تصنف تحت فئة أخرى (تذكر).

■ التعريفات الإجرائية للقيم الأخلاقية غير المرغوب فيها:

عقوق الوالدين: إيذاء الوالدين وعدم البر بهما وعدم طاعة أوامرهم ونصائحهم.

الكذب: تعمد إخفاء الحقيقة أو عدم الالتزام بها وهو عكس الصدق، ويندرج منه التدليس أي قول نصف الحقيقة بما يوحي بالصدق وما يسمى بالكذب الأبيض.

عدم احترام الكبير: أن يأتي الطفل بسلوك يقوم على عدم تقدير واحترام من هم أكبر منه سناً ويقلل من شأنهم.

البخل: هو عكس الكرم ويعنى أن الفرد يبخل ويحجب ما يستطيع أن يؤديه للآخرين من جهد ومال وغيره.

نكران الجميل: رد الجميل بالإساءة وتكرر الإنسان لأعمال الخير التي قدمها له الآخرين.

رفض التسامح: غيظ يترسب في نفس الإنسان تجاه الآخرين ورفضه أن يعفو ويسامح من أساء إليه، ويشمل الرغبة في الانتقام أو الخصام.

الأنانية: أن يفضل الإنسان نفسه على الآخرين، ويحجب الخير عن الآخرين، ويجب أن يكون كل شيء من حوله ملكاً له وحده دون الآخرين.

الطمع: أن ينظر الإنسان لما في يد الآخرين، ويتمنى أن يملكه، ولا يشعر بالاكتماء.

الحقد: لا يحب الخير للآخرين، ويحقد على ما يتوصلوا إليه.

تخريب الملكية العامة: عدم المحافظة على ما هو ملكاً للجميع من مرافق ومنشآت وغيره، والاتجاه نحو العبث بها وتحطيمها.

المصدر الذي تقدم من خلاله القيم الأخلاقية:

أقصد بها التعرف على مصدر القيم الأخلاقية في مضمون برامج أطفال ما قبل المدرسة للطفل المشاهد أي (من القائل ؟) .

وتنقسم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: المذيع أو المذيعه - الأطفال - الضيوف - قالب فني (وينقسم إلى فئات فرعية هي دراما، أغنية، فزورة، كارتون أو رسوم متحركة، عرائس)، في حالة وجود مصدر آخر للقيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال يصنف تحت فئة (أخرى تذكر).

أساليب عرض القيم الأخلاقية:

يقصد بها التعرف على أسلوب عرض القيم الأخلاقية وتنقسم هذه الفئة إلى التقسيمات الفرعية التالية:

١ - مباشر: يقصد به أن القيمة الأخلاقية عرضت بشكل مباشر ومقصود في مضمون البرنامج (صريحاً).

٢ - غير مباشر: يقصد به أن القيمة الأخلاقية عرضت بشكل غير مباشر وغير مقصود في مضمون البرنامج سواء كان هذا الأسلوب غير المباشر من خلال فيلم كارتون أو في عمل درامي أو صدر عن المذيعه بدون قصد ويسمى (ضمنياً).

٣ - عرضت مدعمة بسلوك (عينية) : يعنى أن القيمة الأخلاقية قد ذكرت في مضمون البرنامج ووصفت في إطار سلوكي يدعمها، سواء كان هذا السلوك يعرض بشكل مباشر و مقصود، أو غير مباشر أي ضمنياً من

خلال المادة المرئية التي تعرض على الطفل، في حالة وجود أسلوب آخر يصنف تحت فئة (أخرى تذكر).

تدعيم البرنامج للقيم الأخلاقية:

يقصد به الباحث التعرف على ما إذا كان البرنامج يدعم القيم الأخلاقية، من خلال الدعوة لاكتسابها أو لتجنبها، وهذا ما يعكس موقف واتجاه البرنامج من القيم الأخلاقية، وتنقسم تلك الفئة إلى الفئات الفرعية التالية:

يدعو إليها: أي يدعو لاكتساب القيمة الأخلاقية ولممارسة أشكال السلوك المرتبط بها ولم يكتف بعرضها سواء قولاً أو مدعمة بسلوك.

يدعو لتجنبها: أي يدعو لعدم اكتساب هذه القيمة غير الأخلاقية والتخلص منها إذا كان الفرد يعتنقها سواء كانت هذه الدعوة مباشرة أو غير مباشرة.

في حالة وجود أشكال أخرى من التدعيم أو موقف آخر للبرنامج نحو القيم الأخلاقية يصنف تحت فئة (أخرى تذكر)، أما في حالة عدم وجود تدعيم يصنف تحت فئة لا يوجد تدعيم.

الزمن الذي يستغرقه عرض القيمة الأخلاقية الواحدة:

يقصد به الفترة الزمنية التي استغرقها عرض القيمة الأخلاقية الواحدة (ذات الموضوع الواحد من بدايتها حتى نهايتها) في مضمون البرنامج.

ومجموع زمن عرض القيم الأخلاقية لكل برنامج هو الزمن الذي استغرقه التحفيز على التحلي أو التخلي بالقيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال عيونه الدراسة وهو ما يعكس مدى اهتمام القائمين على برامج الأطفال التليفزيونية بتقديم قيم أخلاقية لطفل ما قبل المدرسة ضمن محتوى برامجهم.

وتنقسم هذا الفئة إلى الفئات الفرعية التالية: أقل من دقيقة، من دقيقة إلى أقل من دقيقتان، من دقيقتان إلى أقل من ثلاث دقائق، من ثلاث دقائق إلى أقل من أربعة دقائق، خمسة دقائق، على أن يتم تصنيف (دقيقة ونصف) تحت فئة دقيقة أي أن فئة دقيقة تحتوى على الزمن من دقيقة وثانية حتى دقيقة وتسعة وخمسون ثانية، وهكذا بالنسبة لباقي الفئات الفرعية التالية. وإذا تعدى الزمن خمسة دقائق يصنف تحت فئة (أخرى تذكر).

السلوك الذي تعرض من خلاله القيم الأخلاقية:

المقصود به السلوك الذي ظهرت من خلاله القيمة مثل سلوك غسيل الأسنان سلوك يعبر عن قيمة النظافة. وترك الكاتب هذه الفئة مفتوحة دون تقسيمات فرعية وذلك لرصد السلوك الذي تظهر فيه القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال عينة الدراسة. سواء كان سلوك ظاهراً أو سلوكاً ضمناً.

المكان الذي ترتبط به القيم الأخلاقية في البرنامج:

والمقصود به معرفة المكان ومجال ممارسة السلوك الذي ارتبطت به القيمة أو القيم الأخلاقية في مضمون البرامج - أو المكان الذي ظهر فيه عرض موضوع القيمة الأخلاقية وينقسم إلى: المنزل، المدرسة، النادي، المستشفى، الطريق العام، الحديقة، وفي حالة عدم وجود مكان للقيم الأخلاقية (أي لم ترتبط بمكان) أو غير محدد أو غير واضح فيصنف (لا يوجد مكان) وفي حالة وجود مكان آخر غير السابق ذكرهم يصنف في فئة (أخرى تذكر).

الموقع الجغرافي لموضوع القيم الأخلاقية:

تعنى التعرف على البلد الذي ارتبط به موضوع القيم الأخلاقية وينقسم إلى: مصر وتنقسم إلى (ريف، وحضر)، دولة عربية، دولة أجنبية، إذا كان موضوع

القيم الأخلاقية أو موقعة الجغرافي الدول العربية، أو دولة أجنبية، وإذا كان الموضوع الذي ظهرت فيه القيم الأخلاقية غير معلوم أو غير محدد، غير واضح الموقع الجغرافي فهذا يصنف تحت فئة (غير واضح) وفي حالة موقع جغرافي آخر غير السابق ذكرهم يصنف تحت فئة (آخر يذكر).

اللغة التي تقدم بها القيم الأخلاقية:

تهدف هذه الفئة للتعرف على اللغة التي قدمت القيم الأخلاقية المتضمنة في برامج الأطفال ولقد قسم الباحث هذه الفئة إلى ما يلي:-

- عربية وتنقسم إلى:

أ. فصحي : وهي اللغة العربية الملتزمة بقواعد اللغة وأصولها نطقاً وإعراباً.

ب. عامية : (عامية المثقفين) وهي اللغة التي يستخدمها المثقفون العرب والإعلاميون عادة وهي تعتمد على تسكين الكلمات.

- أجنبية وتنقسم : إلى إنجليزية وفرنسية.

- أخرى (تذكر) وتم وضع هذه الفئة لتصنيف لغة أخرى أو لهجة أخرى غير السابق ذكرهم.

القوالب الفنية التي تقدم فيها القيم الأخلاقية: المقصود بها تلك الأشكال الفنية أو صيغ التقديم الخاصة بتقديم القيم الأخلاقية وتشمل أحد الأشكال التالية:

- حديث مباشر: هو أبسط القوالب الفنية وهو فقرة كلامية يلقيها المتحدث مباشرة على المشاهدين ويظهر فيها المقدم نفسه، وقد يكون أكثر من شخص يتناوبون التقديم أو الحديث المباشر دون الاستعانة بألوان أخرى من المواد

التليفزيونية ويجب إلا يتدخل شخص آخر في حوار أو سؤال أو مناقشة وإلا يتم تصنيفها في فئة أخرى.

- فيلم تسجيلي: وقد يكون هذا الفيلم مصحوب بتعليق أثناء عرض الفيلم، أو غير مصحوب بتعليق.

- دراما: وهي تشمل كارتون أو رسوم متحركة، دراما سينمائية، دراما مسرحية.

- الغناء: مجموعة من الكلمات ذات الإيقاع يصاحبها الأداء الموسيقي سواء كان الغناء فردياً أو جماعياً وسواء كان المغنى طفلاً أو عروسة أو رسوم متحركة، أو مجموعة من الأطفال أو طفل ومذيع أو طفل وعروسة معاً، أو فريق كورال، وإذا ظهر غير ذلك يصنف تحت فئة أخرى (تذكر).

- حوار: وهو حديث يتم بين طرفين أو أكثر، وتنقسم تلك الفئة إلى الفئات الفرعية التالية:-

- حوار المقدم مع طفل، عروسة، حوار مع ضيف.

- أو حوار بين طفل وطفل آخر أو مع مجموعة أطفال، أو مع عروسة، وإذا ظهر غير ذلك يصنف تحت فئة أخرى (تذكر).

- مسابقات: وهو شكل فني عبارة عن أسئلة وأجوبة تتم في إطار مسابقة ويرصد لها الجوائز المادية أو العينية أو المعنوية.

- أخرى (تذكر): والمقصود به رصد أي شكل آخر قد يظهر في المضمون ولم يتم تصنيفه ضمن استمارة التحليل.

الصورة المرئية المصاحبة لعرض القيم الأخلاقية: يقصد بها المادة المرئية التي تصاحب الشكل الفني الذي ظهرت فيه القيم الأخلاقية في مضمون برامج الأطفال.

وتنقسم إلى الفئات التالية:

- **المقدم نفسه:** المقصود به ظهور المقدم سواء كان مذيع أو محاور.
- **عرائس:** وهى تلك الدمى التي يستعان بها في مضمون برامج الأطفال. سواء في تقديم البرنامج أو في الأعمال الدرامية وغير ذلك من الأشكال الفنية.
- **رسوم متحركة :** وهى تشمل الأفلام التي تعرض بوسيلة الرسوم المتحركة المصنوعة من الورق المقوى أو غير ذلك وتعنى أفلام الكارتون.
- **فيلم تسجيلي :** هي تلك المادة المصورة والمسجلة في فيلم سينمائي أو على شريط فيديو (وهو يمثل الشريط التليفزيوني) ويتم ترتيبها بشكل معين لعرض موضوع معين ويصاحب المادة التسجيلية غالبًا تعليق أو موسيقى أو مؤثرات، أو كل هذه الأشكال معًا، وقد لا يصاحبها صوت.
- **صور فوتوغرافية :** وهى تلك الصور الشخصية أو غيرها التي تظهر غالبًا بهدف التعرف على الأطفال أصدقاء البرنامج، وقد تكون صور لبعض الموضوعات يستعان بها لشرح أو تدعيم موضوع بذاته وتشمل أيضًا الشرائح الشفافة.
- **قصة مصورة :** وهى قصة مصورة ومطبوعة تحتوى على صور إيضاحية لشرح أحداث القصة.

-
- لوحات : وتشمل هذه الفئة: لوحات مكتوبة، لوحات مرسومة، لوحات مكتوبة ومرسومة الخاصة بالفقرات الداخلية للبرنامج أي لا تشمل هذه الفئة:- لوحات الإشارة: وهي اللوحات التي تظهر في بداية البرنامج ونهايته أو ما يسمى (بالنتر).
 - لوحات مكتوبة : وهي تلك اللوحات المكتوبة التي يستعان بها ضمن فقرات البرنامج سواء تم الاستعانة بها لتوضيح موضوع معين أو بغرض تعلم حرف أو كلمة أو كانت أحد عناصر الديكور أو بغرض التوعية والتحذير وغير ذلك.
 - لوحات مرسومة : هي تلك اللوحات المرسومة التي يستعان بها في فقرات البرنامج لتأكيد قيمة ما أو لتدعيم تعلم حرف أو كلمة أو كانت أحد عناصر الديكور أو لغير ذلك. ويجب إلا يصاحب الرسم أي كتابة وإلا يتم تصنيفها تحت فئة (مكتوبة ومرسومة).
 - لوحات مكتوبة ومرسومة : هي تلك اللوحات التي تحمل رسوماً ويصاحبها كتابة والتي تظهر ضمن فقرات البرنامج لأي غرض.
 - أغاني : وتشمل هذا الفئة أغاني أجنبية أو أغاني عربية. ٥
 - أخرى (تذكر): تم وضع هذه الفئة لتشمل أي مادة مرئية لم يتم تصنيفها ضمن استمارة التحليل.

ملحق رقم (٣)

استمارة استطلاع رأى

حول القيم الأخلاقية لدى أطفال المرحلة العمرية من (٤-٦) سنوات.

السيد الأستاذ الدكتور/

تحية طيبة وبعد ،،

يعرض الكاتب على سيادتكم مجموعة من القيم الأخلاقية لدى أطفال ما قبل المدرسة من (٤-٦) سنوات والتي تم استخلاصها والتعرف عليها من خلال بعض الدراسات السابقة التي أجريت على نفس هذه المرحلة العمرية في حدود علم الكاتب.

الرجاء من سيادتكم إبداء الرأى في القيم الأخلاقية المناسبة لهذه المرحلة العمرية والمطروحة ضمن هذا الاستطلاع وأيضًا إعادة ترتيب القيم الأخلاقية المتضمنة من وجهة نظرك.

رجاء وضع علامة (√) أمام القيمة الأخلاقية التي تراها مناسبة لهذه المرحلة العمرية وعلامة (×) أمام القيمة التي تراها غير المناسبة من وجهة نظرك.

- | | |
|------------|-----|
| ١. الصبر | () |
| ٢. الصدق | () |
| ٣. الأمانة | () |

-
- | | | |
|-----|-------------|-----|
| ٤. | الوفاء | () |
| ٥. | العدل | () |
| ٦. | الرحمة | () |
| ٧. | الطاعة | () |
| ٨. | الحياء | () |
| ٩. | القناعة | () |
| ١٠. | الكرم | () |
| ١١. | أخرى (تذكر) | |

نرجو من سيادتكم إعادة ترتيب القيم السابقة

- ١.
- ٢.
- ٣.
- ٤.
- ٥.
- ٦.
- ٧.
- ٨.
- ٩.

شكرًا لسيادتكم

الكاتب: أشرف قادوس

المؤلف في سطور

- دكتوراه الفلسفة في الإعلام وثقافة الطفل مع التوصية بالتبادل بين الجهات المعنية بالبحث، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١١.
- ماجستير الإعلام وثقافة الطفل، بتقدير ممتاز، جامعة عين شمس، ٢٠٠١.
- بكالوريوس إعلام تربوي، تخصص: صحافة وإذاعة وتلفزيون، بتقدير جيد جدًا، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، ١٩٩٥.
- الوظائف التي شغلها:
- مدرس مادة أدب ومكتبات الأطفال لطلبة قسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب - جامعة مصراته، ٢٠١٤.
- عضو لجنة ثقافة الطفل بالمجلس الأعلى للثقافة ٢٠١٢/٢٠١٣.
- مدير مهرجان القاهرة الدولي لسينما الأطفال في دورته الحادية والعشرين، بقرار رئيس المهرجان رقم (١) لسنة ٢٠١١.
- مدير إدارة المؤتمرات والمهرجانات بالمركز القومي لثقافة الطفل.
- عضو الأمانة العامة لمهرجان القاهرة الدولي لسينما الأطفال لدورته الحادية والعشرين ٢٠١١.
- مدير تحرير جريدة الأطفال " شمس وقمر " ٢٠٠٩/٢٠١٠.
- خبير خارجي بمديرية الثقافة بالمنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الإيسيسكو) ٢٠٠٩.
- عضو لجنة الثقافة بالأمانة العامة للاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية - مجلس الوحدة الاقتصادية العربية ٢٠٠٩ - ٢٠١٢.
- استشاري تقييم كتب معرض ١٠٠ كتاب وكتاب من خمسة بلدان عربية، مؤسسة أنا ليند الأورو-متوسطية ٢٠٠٨.
- عضو لجنة تقييم الأعمال الإبداعية والأدبية والعلمية المقدمة من دور النشر المصرية لمشروع الكتاب القومي للمدارس الإعدادية والثانوية، الممول من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية ٢٠٠٧/٢٠٠٨.
- عضو لجنة قراءة الأعمال المقدمة للنشر بالمركز القومي لثقافة الطفل

٢٠٠٤ - ٢٠١٢.

- عضو لجنة تحكيم الأعمال الأدبية التي يبدعها الأطفال المشاركون في مسابقة الطفل الموهوب، سنوياً، ٢٠٠٤ - ٢٠١٢.

- باحث إعلام وثقافة الطفل بالعديد من المراكز البحثية منذ ١٩٩٥.

الانتاج العلمي:

١. دور البرامج الإخبارية بالتلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية التي تعرضها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١١.
٢. القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري (دراسة تحليلية لعينة من برامج أطفال ما قبل المدرسة)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠١.
٣. (٢٠١٤). آليات تطوير أنشطة الإعلام المدرسي في مصر. الثقافة والتنمية (مصر)، ٨٤ (١)، ص ص ٤٤٧ - ٤٨٠.
٤. (٢٠١٤، يناير). مرتكزات الخطاب الإعلامي في عالم متغير. مؤتمر المجلس المحلي بمصراته : الشأن الليبي في الخطاب الإعلامي. مصراته: كلية التقنية الصناعية بجامعة مصراته.
٥. (٢٠١٤، أبريل). وسائل إعلام الطفل الليبي: أزمات الواقع و فرص المستقبل. ندوة علمية لفرع وزارة الشؤون الاجتماعية بمدينة الزاوية بالتعاون مع مركز إبداعات الطفل والإرشاد الأسري: الطفل الليبي بين الواقع وتحديات المستقبل. الزاوية: فرع وزارة الشؤون الاجتماعية بمدينة الزاوية.
٦. (٢٠١١، أبريل). مدى ثقة المراهقين في البرامج الإخبارية التي تقدم بالتلفزيون المصري - دراسة ميدانية. المؤتمر العلمي الدولي الثالث (العربي الثالث) لجمعية الثقافة من أجل التنمية : الطفولة في عالم متغير " الفرص والتحديات". سوهاج : قصر ثقافة سوهاج.
٧. (٢٠١٠، أبريل). أزمة تحقيق الغايات الدولية من تعليم الطفل. ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي الثاني (العربي الخامس) لجمعية الثقافة من أجل التنمية و أكاديمية البحث العلمي بسوهاج: التعليم والأزمات المعاصرة " الفرص و التحديات". سوهاج: فرع أكاديمية البحث العلمي بسوهاج.
٨. (٢٠٠٩، أبريل). متطلبات النهوض بممارسة الطفل المصري للإعلام التربوي

المدرسى. المؤتمر العلمى الدولى الأول (العربى الرابع) لجمعية الثقافة من أجل التنمية
وجامعة سوهاج : التعليم وتحديات المستقبل. سوهاج: جامعة سوهاج.
٩. (٢٠٠٨، فبراير). رؤية تربوية بأدب الطفل : تحديات الحاضر واستشراف المستقبل.
ورقة مقدمة فى الحلقة العلمية الرابعة لمعمل توثيق وبحوث أدب الأطفال : أدب
الأطفال ... استشراف المستقبل. القاهرة : جامعة حلوان.
الكتب:

١. (٢٠١٥) الإعلام السياسى والوعى الثقافى. القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة.
٢. (٢٠١٥) المعالجة التليفزيونية للقضايا السياسية. القاهرة: العربى للنشر والتوزيع.
٣. (٢٠١٤). دليل تقنيات التنشيط الثقافى فى المخيمات الصيفية للأطفال. الرباط:
المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة.
٤. (٢٠١٠). أزمة تحقيق الغايات الدولية من تعليم الطفل. فى التعليم والأزمات المعاصرة
"الفرص و التحديات" (مجلد ثقافة الطفل ع ٣٨). القاهرة: المركز القومى لثقافة الطفل.
٥. (٢٠٠٩). ممارسة الطفل المصرى لفنون الإعلام التربوى بالمدارس بين الفرصة
والأزمة. فى المنتدى العلمى الأول ثقافة حقوق الطفل بين الفرصة والأزمة (ط١).
القاهرة: المركز القومى لثقافة الطفل.
٦. ضمن فريق بحثى (٢٠٠٩). احك لطفلك: دليل الوالدين والمعلمات. مجلد ثقافة
الطفل (٣٦) القاهرة : المركز القومى لثقافة الطفل.
٧. (٢٠٠٧). دور الإعلام فى تنمية عادة القراءة لدى الطفل المصرى. فى تنمية عادة
القراءة لدى الطفل المصرى (ط١) القاهرة: لجنة الكتاب والنشر بالمجلس الأعلى
للثقافة.
٨. ضمن فريق بحثى (٢٠٠٧). مسرح الطفل: نصوص مختارة. مجلد ثقافة الطفل (٣٤)
القاهرة: المركز القومى لثقافة الطفل.

قائمة المراجع

أولاً: الدراسات العربية غير المنشورة:

- ١- أحمد عبد الله إسماعيل. القيم التربوية الموجهة للطفل المصري من خلال الراديو والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٠).
- ٢- أسامة عبد الرحيم على. تأثير الواقع الثقافي على بناء القيم التربوية في صحافة الأطفال (دراسة تحليلية مقارنة لعينة من مجلات الأطفال في مصر والسعودية)، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، ١٩٩٧).
- ٣- أسماء عبد المنعم إبراهيم. التغير الاجتماعي والقيم لدى فئات من الشعب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية التربية، ١٩٧٨).
- ٤- السيد بهنسي حسن. وسائل الإعلام المحلية ودورها في تزويد الطفل المصري بالمعلومات، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٨٩).
- ٥- أمل حسن حرات. تنمية القيم الأخلاقية لدى أطفال مؤسسات ما قبل المدرسة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية، ١٩٩٠).
- ٦- إيمان السعيد محمد. دور مجلات الأطفال في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٣).
- ٧- حسن على محمد. البرامج المستوردة الموجهة للأطفال في التلفزيون

المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٢).

٨- حسن قطب الجلادى. تنمية بعض القيم الأخلاقية عند التلاميذ في مرحلة التعليم الأساسي، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية، ١٩٨٨).

٩- حنان رفعت أحمد. القيم الأخلاقية لدى الأطفال المترددين على مكتبات الطفل وغير المترددين، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٥).

١٠- حسين على حسن الفلاحى. برامج الأطفال في تليفزيون الجمهورية العربية اليمنية دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩١).

١١- سعدية محمد أحمد. القيم الخلقية والاجتماعية في بعض المسلسلات العربية التليفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية البنات، ١٩٩٢).

١٢- سهير أحمد محمد. أثر دور الحضانة في إكساب الطفل بعض القيم، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية تربية الفيوم، ١٩٩٣).

١٣- صابر سليمان عسران. القيم الإسلامية التي يتضمنها المسلسل العربى في التليفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٧).

١٤- صفاء عطية عبد الدايم. برامج الأطفال في تليفزيون القناة الإقليمى ودورها المعرفى الاجتماعى للطفل فى مدن القناة من ٦- ١٢ سنة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، ١٩٩٢).

١٥- صلاح قنصوه. القيم والعلم فى ضوء نظرة إنسانية شاملة، رسالة

- ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الآداب، ١٩٦٧).
- ١٦- طه محمد بركات. دور الإعلام الإذاعي في التنشئة الاجتماعية للأطفال في مرحلة التعليم الأساسي، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩١).
- ١٧- عاطف عدلي العبد. دور التليفزيون في إمداد الطفل المصري بالمعلومات، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٤).
- ١٨- عبد الرحيم الرفاعي بكره. القيم الأخلاقية في التربية الإسلامية من واقع مناهج المدرسة الابتدائية العامة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا: كلية التربية، ١٩٨٠).
- ١٩- عبد الناصر سلامة محمد. المضامين القيمية في قصص أطفال ما قبل المدرسة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا: كلية التربية، ١٩٩٢).
- ٢٠- عفاف إسماعيل خير الله. الحاجات النفسية للأطفال الملتحقين وغير الملتحقين برياض الأطفال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية تربية الفيوم، ١٩٩٤).
- ٢١- لطفى منيب بركات. نظرية القيم الخلقية عند اتباع الوصفية المنطقية وتطبيقاتها التربوية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية التربية، ١٩٦٣).
- ٢٢- ليلي حسين محمد. القيم التي تعكسها الإعلانات في تليفزيون كل من جمهورية مصر العربية وسلطنة عمان (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٠).
- ٢٣- مجدى عبدالرحمن فرج. التعليم المختلط وعلاقته بالقيم الشخصية

والأخلاقية لطلبة وطالبات المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير غير منشورة
(جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٦).

٢٤- محمد صلاح الدين فتحى. برامج التليفزيون المصري للأطفال في ضوء
متطلبات نمو طفل ما قبل المدرسة الابتدائية، رسالة ماجستير غير منشورة
(جامعة عين شمس: كلية البنات، ١٩٨٢).

٢٥- محمود حسن إسماعيل. نشرات الأخبار في التليفزيون المصري
والتنشئة السياسية للمراهقين (دراسة تطبيقية)، رسالة دكتوراه غير منشورة
(جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩١).

٢٦- ميادة محمد الباسل. فعالية دور الحضانة في تحقيق أهدافها التربوية،
رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية، ١٩٨٧).

٢٧- هناء السيد محمد. كتب رياض الأطفال والتنشئة القيمية للطفل المصري،
رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا
للطفولة، ١٩٩٠).

٢٨-

.....التليفزيون والتنشئة الثقافية لطفل الرياض بالريف،
رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا
للطفولة، ١٩٩٣).

ثانيًا: الكتب والبحوث العربية والمترجمة المنشورة:

- ٢٩- ابن منظور لسان العرب. بيروت: دار صادر، بدون تاريخ.
- ٣٠- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ومركز بحوث الرأي العام. اتجاهات الرأي

العام، بحث ميداني (جامعة القاهرة: مركز بحوث الرأي العام، ١٩٨٥).
٣١- اتحاد الإذاعة والتلفزيون. الخطة الإعلامية لعام ١٩٩٢/٩١، القاهرة:
اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ١٩٩١.

-٣٢

..... الخطة الإعلامية لعام ١٩٩٣/٩٢، القاهرة: الإدارة
العامة للسياسات والخطط، يوليو ١٩٩٢.

-٣٣

..... الخطة الإعلامية لعام ١٩٩٧/٩٦، القاهرة: الإدارة
العامة للسياسات والخطط، يوليو ١٩٩٦.

-٣٤

..... الخطة الإعلامية لعام ١٩٩٨/٩٧، القاهرة: اتحاد
الإذاعة والتلفزيون، ١٩٩٧.

-٣٥

..... الخطة الإعلامية لعام ١٩٩٩/٩٨، القاهرة: اتحاد
الإذاعة والتلفزيون، يوليو ١٩٩٨.

- ٣٦- أحمد حقي الحلى. "مدى تأثير القيم العربية الإسلامية على برامج الأطفال في دول الخليج العربي"، بحث مقدم إلى ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، وقائع الندوة، ط ٢، ج ١، مكتب التربية العربي لدول الخليج، ١٩٨٥.
- ٣٧- أحمد زكى بدوي. معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٧٧.
- ٣٨- أحمد زكى صالح. علم النفس التربوي، القاهرة: دار النهضة المصرية، ١٩٦٧.
- ٣٩- أحمد محمد الزيايدي. محمد عبد الله عودة، إبراهيم ياسين الخطيب. أثر وسائل الإعلام على الطفل، القاهرة: بدون ناشر، ١٩٨٩.
- ٤٠- انشراح الشال. "دور التلفزيون المصري في معرفة الأطفال للوقت كحاجة من الحاجات الأساسية"، دراسات في علم الاجتماع الإعلامي، الدراسة الثانية، القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٥.
- ٤١- الفاروق زكى يونس. الخدمة الاجتماعية والتغير الاجتماعي، ط ٢، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٨.
- ٤٢- توفيق الطويل. أسس الفلسفة، القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٦٠.
- ٤٣- جابر عبد الحميد جابر. "التعلم الجامعي في العراق وتغير القيم" المجلة الاجتماعية القومية، العدد (١)، المجلد (٥)، ١٩٦٨.
- ٤٤- جابر عبد الحميد وسليمان الخضرى. دراسات نفسية في الشخصية العربية، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٨.
- ٤٥- حامد عبد السلام زهران وإجلال سرى. "القيم السائدة والقيم المرغوبة في سلوك الشباب" - بحث ميداني في البيئتين المصرية والسعودية، المؤتمر الأول لعلم النفس، القاهرة: الجمعية المصرية للدراسات النفسية، ١٩٨٥.

-
- ٤٦- حسن شحاته. التلفزيون والمجتمع، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦١.
- ٤٧- زكريا إبراهيم. المشكلات الأخلاقية، ط ١، القاهرة: مكتبة مصر للطباعة، ١٩٦٩.
- ٤٨- سعد عبد الرحمن. أسس القياس النفسي الاجتماعي، القاهرة: القاهرة الحديثة، ١٩٦٧.
- ٤٩- سعدية محمد بهادر. المرجع في برامج تربية طفل ما قبل المدرسة، القاهرة: مطبعة المدني، ١٩٩٥.
- ٥٠- سمير محمد حسين. بحوث الإعلام، ط ١٠، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥.
- ٥١- سيد خير الله ومصطفى زيدان. القدرات ومقاييسها، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، بدون تاريخ.
- ٥٢- صالح أحمد عذب. "تأثير القيم العربية الإسلامية على البرامج الموجهة للأسرة في منطقة الخليج العربي"، بحث مقدم إلى ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، وقائع الندوة، ط ٢، ج ١، مكتب التربية العربي لدول الخليج، ١٩٨٥.
- ٥٣- ضياء زاهر. "القيم في العملية التربوية" معالم تربوية، القاهرة: مؤسسة الخليج العربي، ١٩٨٤.
- ٥٤- طلعت زكريا مينا. التلفزيون في حياة أطفالنا، القاهرة: مكتبة المحبة، ١٩٨٨.
- ٥٥- عادل العوا. القيم الأخلاقية، بيروت: جامعة دمشق، ١٩٦١.
- ٥٦- عاطف عدلى العبد. برامج الأطفال التلفزيونية، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٦.

علاقة الطفل

- المصري بوسائل الاتصال، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨.
- ٥٨- عالية إسكندر. أثر التلفزيون على التربية الخلقية للأطفال، ط ١، السعودية: بدون ناشر، ١٩٩٠.
- ٥٩- عبد الباسط محمد عبد المعطى. "بعض مظاهر صراع القيم في أسرة قروية مصرية" المجلة الاجتماعية القومية، العدد (١)، القاهرة: ١٩٧١.
- ٦٠- عبد التواب يوسف. "الإذاعة المسموعة والمرئية تحفز الطفل على القراءة"، الحلقة الدراسية الإقليمية من مكاتب الأطفال ومجلاتهم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة: مركز تنمية الكتاب العربي، ١٩٨١.
- ٦١- عبد الرحمن العيسوي. النمو الروحي والخلقي، الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٠.
- ٦٢- عبد الرحمن بن أبى بكر الصباغ. تربية النشء في المنزل والمدرسة والمجتمع، ج ٢، القاهرة: دار ممفيس للطباعة، ١٩٦١.
- ٦٣- عبد الفتاح أبو المعال. أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط ١، عمان: دار الشروق، ١٩٩٠.
- ٦٤- عبد اللطيف محمد خليفة. "ارتقاء القيم دراسة نفسية"، عالم المعرفة، العدد ١٦٠، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٢.
- ٦٥- عطية محمود هنا. التوجيه التربوي والمهني، القاهرة: المطبعة العالمية، ١٩٥٩.
- ٦٦- فاروق أحمد الدسوقي. "مدى تأثير القيم العربية الإسلامية على برامج الأطفال في دول الخليج العربي"، بحث مقدم إلى ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، وقائع الندوة، ط ٢، ج ١، مكتب التربية العربي لدول الخليج،

١٩٨٥.

٦٧- فؤاد البهي السيد. الأسس النفسية للنمو من الطفولة إلى الشيخوخة، ط٤،

القاهرة: دار الكتاب العربي، ١٩٧٥.

٦٨- فوزية دياب. القيم والعادات الاجتماعية، القاهرة: دار الكتاب العربي

للطباعة والنشر، ١٩٦٦.

٦٩- ليلى كرم الدين. "كيف يمكن لبرامج الأطفال تحقيق الحاجات النفسية

للأطفال المصريين والعمل على تنميتهم"، ورقة بحث مقدمة في ورشة عمل

مركز دراسات الطفولة بجامعة عين شمس، ومؤسسة هانس زايدل حول

برامج الأطفال في التلفزيون المصري وتحديات القرن الحادي والعشرين

في ٤ مايو، ١٩٩٨.

٧٠- محمد إبراهيم كاظم. تطورات في قيم الطلبة - دراسة تربوية تتبعه لقيم

الطلاب في خمس سنوات، القاهرة: الأنجلو المصرية، ١٩٥٩.

٧١- محمد أحمد بيومي. علم اجتماع القيم، الإسكندرية: دار المعرفة

الجامعية، ١٩٩٠.

٧٢- محمد الزلباني. القيم الاجتماعية، القاهرة: النهضة المصرية، ١٩٧٣.

٧٣- محمد الهادي عفيفي. في أصول التربية، القاهرة: مكتبة الأنجلو

المصرية، ١٩٧٣.

٧٤- محمد بن أبي بكر. مختار الصحاح، القاهرة: المطبعة الأميرية، ١٩٢٦.

٧٥- محمد رفقي عيسى. النمو الأخلاقي (النظرية - البحث - التطبيق)،

الكويت: دار القلم، ١٩٨٣.

٧٦- محمد سعيد فرج. البناء الاجتماعي والشخصية، الإسكندرية: الهيئة

المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٠.

٧٧- محمد عاطف غيث. قاموس علم الاجتماع، القاهرة: الهيئة المصرية

العامة للكتاب، ١٩٧٩.

٧٨- محمد عماد الدين إسماعيل. قيمنا الاجتماعية وأثرها في تكوين الشخصية، القاهرة: دار النهضة المصرية، ١٩٧٢.

٧٩-

دار النهضة المصرية، ١٩٧٤. وآخرون. كيف نربي أطفالنا، القاهرة:

٨٠- محمد لبيب النجحي. في الأخلاق والتربية (الجانب التربوي للنظريات الانفعالية للقيمة)، القاهرة: لجنة البيان العربي، ١٩٦٦.

٨١- محمد معوض نصر. فنون العمل التليفزيوني، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٦.

٨٢-

..... "سينما

الأطفال وعلاقتها بالجانب المعرفي والاجتماعي للطفل المصري"، مجلة الفن الإذاعي، العدد ١١٨، القاهرة: اتحاد الإذاعة والتليفزيون، ١٩٨٨.

٨٣-

..... دراسات حول صحف الأطفال وإذاعاتهم المدرسية وبرامجهم التليفزيونية، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٤.

٨٤- محمود السيد أبو النيل. علم النفس الاجتماعي: دراسات مصرية وعالمية، ط٢، القاهرة: الجهاز المركزي للكتب الجامعية والمدرسية، ١٩٧٨.

٨٥- مجمع اللغة العربية. المعجم الوجيز، القاهرة: الهيئة العامة لشئون

المعجم الوجيز، طبعة خاصة بوزارة التربية والتعليم سنة ١٤١٨ للهجرة (١٩٩٧)، القاهرة: الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، ١٩٩٧.

٨٧- مروان كچك. الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر، ١٩٨٦.

٨٨- مساعد بن عبدالله المحيّا. القيم في المسلسلات التلفازية (دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية)، ط١، الرياض: دار العاصمة للنشر والتوزيع، ١٩٩٤.

٨٩- مظفر مندوب. "التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي"، سلسلة دراسات، رقم (٣٤١)، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، ١٩٨٣.

٩٠- نجيب إسكندر وآخرون. الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعي، القاهرة: مؤسسة المطبوعات الحديثة، ١٩٦٠.

٩١- نوال عمر. دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٤.

٩٢- و - باچيرونا، تشيرنا ديسيك، ز. ميكاليك. التلفزيون والأطفال، ترجمة: أديب خضور، دمشق: المكتبة الإعلامية، ١٩٩٦.

٩٣- ويلبور شرام وآخرون. التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة: زكريا سيد حسن، القاهرة: دار التأليف، ١٩٦٥.

٩٤- يحيى الهويدي. مقدمة في الفلسفة العامة، ط٦، القاهرة: دار النهضة المصرية، ١٩٧٢.

ثالثًا: الدراسات والبحوث الأجنبية المنشورة:

١. Anderson, - Daniel - R.collins, - Patricia - A., The Impact on Children's Education: Televisions Influence on Development Working Paper : Massachusetts Cognitive Univ., Amherst - of Columbia, 1988.
٢. Anderson, - Daniel - R.collins, - Patricia - A., The Impact on Children's Education: Televisions Influence on Development Working Paper : Massachusetts Cognitive Univ., Amherst - of Columbia, 1988.
٣. Blosser, Betsy - J. Roberts, Donald - F: Age Differences in Children's Perception of Message Intent: An Exploratory Study - Paper Presented at the annual Meeting of International communication Association (35th., Honolulu , HI , May 23-27-1985) U.S.A - Illinois.
٤. Choat Ernest, "Children, Television and Learning in Nursery and Infants' Schools", Paper Presented at The International Television Studies Conference (London, England, July 10- 12 - 1985), England United Kingdom.
٥. MCGRATH - JAMES - THOMAS: A Study of Parental Awareness of The Use of television and Influence on Elementary School Children Education—Reading, 1981. Vol. 42. P.97.
٦. MECCA - MARLEY - ELCHHORN: A content Analysis of Four Selected Second - Grade Basal Readers for Universal, Moral Values, 1989. Vol.50, N.176.
٧. Pasquier, Dominique, "Teen Series Reception: Television, Adolescence and Culture of Feelings", Childhood: A Global - Journal of Child Research; V. 3, N. 3, Aug, 1996. P. 35 - 73.
٨. Peacocke, Rosemary W. : "The School Without Walls, A

Nursery School of the Air", Paper Presented at the European Conference on the quality of Early Childhood Education (5th, Paris, France, September 7 - 9,1995), England, United Kingdom, 1995.P.6.

Pingree, Szanna, and Others: Another Look at Children's .⁹
Comprehension of Television Communication –
Research:- An International - Quarterly , (Vol.11, n.4,
Oct.,1984).

Rouner - Donna Lea: Individual and Environmental .¹⁰
Determinants of Television Viewing Behavior, Mass
Communication, 1983. Vol.44, P.195.

Rubin - Alan M; Development Changes in .¹¹
Children's Television viewing Behaviors and Attitudes.
Paper Presented at the Annual Meeting of the Speech
Communication Association (th., Louisville, Ky,
November 4 - 7,1982) U.S.A, Ohio.

Scholl, Kathleen: Four young Children Construct .¹²
Reality: Television Watching in the Home (Research
Prepared at Indiana University, U.S.A Mania. 1981).

رابعًا : الكتب الأجنبية:

Barrie Gunter and Jill. MC Aleer: Children And .¹³
Television, The one eyed Monster? (London and New
York: Laer Script Limited Mitcham Surrey,1990).

Berson, Barbara, "An Evaluation of Children's .¹⁴
Television ", U.S; Indiana, 1993,

Cy Schneider, Children's Television, the Art, .¹⁵
Business, and How it works (U.S.A Incoln Wood, 1975).

Grant Nobel, Children In Front of Small Screen .¹⁶
California; Littlefield Adams,1964).

Fairchild & Others. "dictionary of Sociology" (New .¹⁷

Jersy: The Macmillan Company, 1993).
Rekeach, M., "The Nature of Human Values", New .١٨
York, Macmillan Publishing, Press,1973.
.The Oxford Dictionary ,1977 .١٩

000 000

فهرس محتويات الكتاب

ص	الموضوع
٥	المقدمة
٩	الفصل الأول " برامج الأطفال التلفزيونية "
١٠	أولاً : أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال بالطفل.
١٦	ثانياً: تأثير التلفزيون على الطفل:
١٦	١- الآثار الإيجابية.
١٨	٢- الآثار السلبية.
٢٠	ثالثاً: استجابة الطفل وفهمه لبرامج الأطفال التلفزيونية.
٢٢	رابعاً: برامج الأطفال بالتلفزيون المصري.
٢٣	١- الوقت المخصص لبرامج الأطفال.
٢٤	٢- مضمون برامج الأطفال.
٢٥	٣- معدل المشاهدة لدى الأطفال.
٣١	خامساً: أهداف برامج الأطفال التلفزيونية، الموجهة لطفل ما قبل المدرسة.
٣٣	سادساً: الأسس والمبادئ العامة والضوابط السيكولوجية اللازم مراعاتها عند إعداد برامج الأطفال وتقديمها.
٣٤	سابعاً: دور برامج الأطفال لاستكمال دور الأسرة والمدرسة.
٣٦	ثامناً: أهمية دور برامج الأطفال في بث قيم أخلاقية للطفل ما قبل المدرسة.
٤٤	تاسعاً: أسس اختيار برامج التلفزيون الموجهة للطفل.
٤٥	عاشراً: طرق استخدام التلفزيون في دور الحضانه ورياض الأطفال.
٤٦	حادي عشر : ملامح واقع طفل ما قبل المدرسة.
٥١	قائمة مراجع الفصل الأول
٥٩	الفصل الثاني : " القيم الأخلاقية "
٦٠	أولاً: بعض المفاهيم المرتبطة بالقيم.
٦٨	ثانياً: مفهوم القيم.

٧٨	ثالثاً: تصنيف القيم.
٨٩	رابعاً: خصائص القيم.
٩٠	خامساً: القيم الأخلاقية.
٩٣	سادساً: خصائص القيم الأخلاقية.
٩٩	سابعاً: مصدر القيم الأخلاقية.
١٠٨	ثامناً : أهم القضايا النظرية و المنهجية المستخلصة من واقع الدراسات السابقة.
١١١	تاسعاً: الحاجة إلى دراسة تحليلية لمحتوى برامج الأطفال، أهميتها وتساؤلاتها.
١١٥	عاشراً: مدخل لدراسة القيم الأخلاقية في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري.
١٢١	الفصل الثالث آليات الغرس الثقافي للقيم الأخلاقية فى برامج الأطفال التلفزيونية (التلفزيون المصري نموذجاً)
١٢٤	المبحث الأول " آليات البرامج " :
١٢٤	أولاً : برامج الأطفال التي تضمنت القيم الأخلاقية المرغوب فيها.
١٢٦	ثانياً : برامج الأطفال التي تضمنت القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها.
١٢٦	ثالثاً : ترتيب برامج الأطفال وفق ما تضمنته من قيم أخلاقية.
١٣٧	رابعاً: دعوة برامج الأطفال بالتحلي أو التخلي عن القيم الأخلاقية التي تعرضها.
١٤٥	المبحث الثاني " آليات الشكل " :
١٤٥	أولاً: اللغة والمستوى اللغوى الذي قدمت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال
١٤٨	ثانياً: أساليب عرض القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.
١٥٤	ثالثاً: الصورة المرئية المصاحبة لظهور القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.
١٦٥	رابعاً: القوالب الفنية التي عرضت من خلالها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال
١٨٣	المبحث الثالث " آليات المضمون " :

١٨٤	أولاً: القيم الأخلاقية في برامج الأطفال التلفزيون المصري.
١٨٤	- عددها.
١٨٦	- تكرار ظهورها.
١٨٨	- ماهية القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
١٨٨	- ترتيب القيم الأخلاقية المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
١٩٠	- المساحة الزمنية التي شغلتها.
١٩٢	- ماهية القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
١٩٩	- ترتيب القيم الأخلاقية غير المرغوب فيها ببرامج الأطفال.
٢٠٥	ثانياً : القيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الأولى.
٢١١	ثالثاً : القيم الأخلاقية في برامج أطفال القناة الثانية.
٢٢٠	رابعاً: القيم الأخلاقية المتضمنة في بعض الفقرات المستوردة ببرامج الأطفال.
٢٢٣	خامساً: المصادر التي قدمت من خلالها القيم الأخلاقية ببرامج الأطفال.
٢٣٢	سادساً: المكان الذي ارتبطت به القيم الأخلاقية في برامج الأطفال.
٢٤٧	الخاتمة
٢٥١	الملاحق:
٢٥١	ملحق (١) الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:
٢٥٢	أولاً: منهج الدراسة.
٢٥٢	ثانياً: مجتمع الدراسة.
٢٥٢	ثالثاً: عينة الدراسة:
٢٥٤	١- أسلوب اختيار العينة.
٢٥٧	٢- حجم العينة.
٢٥٩	رابعاً: أدوات جمع البيانات.
٢٥٩	خامساً: توصيف برامج الأطفال (عينة الدراسة).
٢٥٩	١- برامج أطفال القناة الأولى.
٢٦٢	٢- برامج أطفال القناة الثانية.

٢٦٣	سادساً: إعداد استمارة تحليل المضمون.
٢٦٤	(أ) تحديد وحدات التحليل.
٢٦٦	(ب) تحديد فئات التحليل.
٢٧٢	سابعاً: اختبار الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون.
٢٨٤	ثامناً: وحدات القياس المستخدمة في التحليل الكمي لبرامج الأطفال.
٢٧٥	تاسعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة التحليلية.
٢٧٦	ملحق رقم (٢) التعريفات الإجرائية الخاصة باستمارة تحليل المضمون.
٢٨٩	ملحق رقم (٣) استمارة استطلاع رأى الأساتذة والخبراء.
٢٩١	المؤلف في سطور
٢٩٥	المراجع

Inv:1461

Date:16/2/2016



I.S.B.N 978-977-276-790-8



6 222008 912138



Bibliotheca Alexandrina



1502317

